

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai referensi dan acuan untuk memberikan peneliti kemudahan dalam penyusunan penelitian. Dengan memahami penelitian terdahulu, peneliti dapat mempelajari langkah-langkah penyusunan sebuah penelitian, memahami, dan melaksanakan saran dari peneliti terdahulu yang relevan untuk ditetapkan dalam penelitiannya, dan mampu memberikan kebaruan dalam penelitian yang disusun.

Post-Truth, Media Sosial, dan Misinformasi: Pergolakan Wacana Politik Pemilihan Presiden Indonesia Tahun 2019

Penelitian terdahulu yang pertama merupakan artikel jurnal dari penelitian berjudul *Post-Truth, Media Sosial, dan Misinformasi: Pergolakan Wacana Politik Pemilihan Presiden Indonesia Tahun 2019* oleh Mochamad Iqbal Jatmiko, Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada (Jatmiko, 2019).

Jatmiko membahas tentang rezim *post-truth* yang meledak menjadi wacana politik dan kesadaran publik, serta pendapat komunitas yang didorong oleh ketidakpercayaan pada data dan realitas yang semakin dimanipulasi untuk tujuan politik. Kemudian, Jatmiko juga membahas bagaimana perselisihan antara kedua

kandidat saling menyebarkan kebencian, kebohongan, dan omong kosong untuk memenangkan pilpres.

Dalam penelitiannya, Jatmiko memperluas temuan dari penelitian kualitatif melalui wacana politik yang disebarkan media sosial ke dalam konteks sosial-politik yang kompleks. Jatmiko juga menyertakan analisis wacana kritis yang disampaikan oleh koalisi politik untuk memahami kebimbangan yang berkembang dalam wacana publik.

Jatmiko berpendapat bahwa rezim *post-truth* sangat memungkinkan politisi melakukan *trolling* di media *online* secara rutin sebagai bentuk komunikasi politik. Kemudahan akses komunikasi juga dianggap memberikan pengaruh positif terhadap kepentingan politik. Pembingkaiian masalah dilakukan dengan melihat berita palsu sebagai penyebab utama yang dikemas dengan baik sehingga media sulit untuk melakukan pengecekan fakta karena kualitas berita palsu yang ingin dijaga.

Hasil penelitian yang dilakukan Jatmiko menunjukkan adanya tiga elemen penting yang menciptakan keburukan kondisi politik di Indonesia pada 2018-2019. Pertama, paradigma *post-truth* yang menciptakan partikularisme narasi-narasi sehingga memungkinkan adanya kebohongan dalam penangkapan realitas objektif. Kedua, wacana politik sebagai manifestasi dari kelompok elit kepentingan; abstrak secara perspektif dan materiil dalam produksi berita bohong di media sosial. Ketiga, media sosial yang berperan sebagai wadah dari keseluruhan konten hingga dapat diterima oleh masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Jatmiko memiliki relevansi dengan penelitian ini, yaitu pada rasionalitas individu dalam era *post-truth* berganti dengan naluri berdasarkan informasi *online*. Hal tersebut disebabkan oleh masyarakat yang lebih mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi utama sehingga membuat masyarakat rentan dengan informasi palsu.

Namun, perbedaan terletak pada isu yang diteliti. Jatmiko meneliti pada konteks politik Pilpres 2019, sedangkan penelitian ini terhadap hasil cek fakta terkait vaksin Covid-19 dalam *microchip*.

Melalui penelitian terdahulu ini, peneliti memahami bahwa sistem algoritma dalam media sosial dapat membentuk konten dan pola konsumsi masyarakat sehingga memengaruhi cara berpikir dan menanamkan konsep kebenaran terhadap suatu permasalahan.

News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research

Penelitian terdahulu yang kedua merupakan artikel jurnal dari penelitian berjudul *News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research* oleh Jesper Stromback (Stromback, dkk., 2019).

Kelima peneliti membahas tentang kepercayaan media berita yang telah dikonseptualisasikan dan dioperasionalkan dalam penelitian sebelumnya, sejauh mana kepercayaan media berita memengaruhi penggunaan media, dan memberikan kerangka teoritis untuk penelitian selanjutnya terkait kepercayaan media berita dan pengaruhnya terhadap penggunaan media.

Penelitiannya terbagi menjadi tiga konsep utama, yakni konseptualisasi kepercayaan media, operasionalisasi kepercayaan media, dan menghubungkan kepercayaan media pada penggunaannya.

Dalam konseptualisasi kepercayaan media, kelima peneliti berpendapat bahwa kepercayaan media dikonseptualisasikan sebagai dimensi kredibilitas. Mereka berpendapat bahwa kepercayaan media mengacu pada hubungan antara masyarakat dengan media, yang mana diharapkan dapat terbangun interaksi untuk meningkatkan kepercayaannya.

Stromback, dkk. juga membagi kepercayaan media dalam empat dimensi, seperti kepercayaan pada selektivitas topik, selektivitas fakta, keakuratan dalam menggambarkan peristiwa, dan pada penilaian jurnalistik.

Kemudian, dalam konsep operasionalisasi kepercayaan media, kelima peneliti berpendapat bahwa kepercayaan masyarakat terhadap media dapat memengaruhi penggunaannya atau menghindari media tertentu karena memiliki pengalaman dengan media tersebut yang tidak memberikan informasi yang terpercaya.

Pada konsep ketiga, Stromback, dkk. menjelaskan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media berpengaruh pada penggunaannya. Hal ini terutama berlaku karena hubungan antara individu dan media melibatkan suatu ketidakpastian yang artinya masyarakat tidak dapat memverifikasi berita yang dilaporkan media dengan sumber nonmedia, walaupun media digital telah mempermudahnya. Saat seseorang meletakkan kepercayaan pada media, artinya

mereka mengambil risiko atas informasi selektif yang diberikan oleh media karena setiap media memiliki cakupan tertentu dalam liputannya.

Sebagai hasil penelitian, Stromback, dkk. menyebutkan bahwa banyak masyarakat yang tidak memercayai media, dalam hal ini media tradisional. Hal itu disebabkan munculnya media partisan yang pada tingkat tertentu didukung oleh politisi dan menuduh media tradisional memproduksi berita palsu sehingga kepercayaan masyarakat terhadap media tradisional menurun.

Kepercayaan dan penggunaan media akan jauh lebih tinggi asosiasinya apabila kedua konstruk tersebut mengacu pada satu rujukan khusus pada tingkat tertentu. Media juga dapat memperoleh kepercayaan yang lebih besar dalam pembahasan topik tertentu dibanding yang lainnya.

Melalui penelitian ini, peneliti mempelajari bahwa kepercayaan media dapat bergantung pada berita secara umum, berita yang digunakan, berita dalam media digital dan media sosial, jenis medianya, media sebagai institusi, atau topik liputan secara menyeluruh. Hal ini memberikan peneliti pengetahuan baru yang dapat membantu menggolongkan jawaban informan terkait ketidakpercayaannya terhadap hasil *Tempo Cek Fakta* di *Instagram* terkait vaksin Covid-19 dalam *microchip*.

Motivated Reasoning and Public Opinion Perception

Penelitian terdahulu yang ketiga merupakan artikel jurnal dari penelitian berjudul *Motivated Reasoning and Public Opinion Perception* oleh Lilach Nir, Hebrew University of Jerusalem (Nir, 2011).

Dalam penelitiannya, Nir bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam memberikan pemahaman terkait penalaran masyarakat dan menjelaskan bagaimana perbedaan individu dalam penalaran tersebut membentuk persepsi opini publik. Untuk mencapai tujuannya, Nir menggunakan konsep *accuracy goals* dan *directional goals* yang dipaparkan oleh Kunda. Ia juga mengembangkannya dengan konsep dari Lodge dan Taber yang menjelaskan empat tipe ideal dalam *motivated reasoning*, yaitu *partisan reasoner*, *intuitive scientist*, *sical rationalist*, dan *apathetic*.

Penelitian Nir menggunakan metode kuantitatif sehingga terdapat persepsi hipotesis, yakni masyarakat yang penalarannya termasuk dalam *classical rationalists* tidak melebih-lebihkan dukungan untuk opini mereka sendiri, tetapi hal ini cenderung dilakukan oleh masyarakat yang tergolong dalam *partisan reasoners*. Dari hipotesis tersebut, Nir menggunakan validasi model yang mana uji validitasnya membedakan keempat tipe ideal tersebut untuk memperoleh informasi terkait *counter-attitudinal*. Uji validitas tersebut berdasarkan dua faktor penting yang berpengaruh dalam pola persepsi sistematis, yaitu kekuatan sikap atau preferensi dan yang kedua adalah sejauh mana adanya pemrosesan informasi tambahan, khususnya pada informasi *counter-attitudinal*.

Dalam penelitiannya, Nir menggunakan data dari proyek Electronic Dialogue 2000, sebuah studi panel yang dilakukan selama pemilihan presiden AS pada 2000. Sementara respondennya merupakan warga Amerika berusia 18 tahun ke atas yang dipilih secara acak. Sebagai teknik pengumpulan data, Nir menggunakan survey dan diskusi kelompok.

Kemudian, Nir menguji validitas dari keempat tipe ideal menggunakan dua jenis pengukuran untuk memanfaatkan dimensi konseptual dari *accuracy* dan *directional*, yaitu Need for Cognition untuk *accuracy* dan Need for Evaluate untuk *directional*. Menurutnya, uji validitas tersebut sangat informatif karena mencerminkan kontribusi yang independen dan kontingen dari *accuracy* dan *directional goals* pada penalaran mereka maupun sudut pandang alternatif.

Hasil dari kedua pengukuran tersebut ialah adanya kecenderungan kronis untuk terlibat dalam jenis-jenis penalaran yang didorong oleh kebutuhan masing-masing yang terbentuk akibat kebiasaan. *Classical rationalists* merupakan pihak yang tidak melebih-lebihkan wujud dukungan mereka dibandingkan dengan *partisan reasoners*. Strategi pemrosesan kebiasaan yang diikuti dengan kebutuhan tersebut adalah persamaan perbedaan individu yang sesuai penalaran dan mendorong manipulasi eksperimental terhadap *accuracy* dan *directional*.

Kemudian, hasil penelitian Nir juga menunjukkan bahwa *motivated reasoning* memengaruhi dukungan yang berlebihan dalam opini skala nasional maupun opini dalam kelompok diskusi setelah mengontrol kekuatan partisan, demografik, eksposur berita, pengetahuan politik, dan kepentingan.

Melalui penelitian tersebut, peneliti mengetahui bahwa terdapat empat tipe ideal dalam *motivated reasoning* yang dikategorikan berdasarkan kekuatan dan kelemahannya dalam *accuracy* dan *directional goals*. *Partisan reasoners* yang menunjukkan kekuatan di *directional* dan kelemahan di *accuracy*, *intuitive scientist* yang menunjukkan kekuatan di keduanya, *classical rationalist* yang menunjukkan kekuatan di *accuracy* dan kelemahan di *directional*, serta *apathetic* yang menunjukkan kelemahan pada keduanya.

Selain itu, peneliti juga mengetahui bahwa eksposur berita dan kepentingan dapat memengaruhi penalaran seseorang. Kedua hal tersebut akan dilibatkan dalam membentuk pertanyaan wawancara dengan informan yang dapat membantu menjawab pertanyaan penelitian.

Social Media Reigns by Information or Misinformation about COVID-19: A Phenomenological Study

Penelitian terdahulu yang keempat merupakan artikel jurnal dari penelitian berjudul *Social Media Reigns by Information or Misinformation about COVID-19: A Phenomenological Study* oleh D. Briandha, R. Jayaseelan, dan S. Kadeswara dari PSG College of Arts and Science, India (Briandha, dkk., 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Briandha, Jayaseelan, dan Kadeswara membahas bagaimana media sosial menjadi sumber utama yang digunakan masyarakat untuk memperoleh informasi terkait Covid-19 dan apakah yang diperoleh dari media sosial berbentuk informasi atau misinformasi.

Pandemi yang terjadi di tengah era media sosial membuat masyarakat mencari petunjuk atau pedoman mengenai apa saja yang perlu dilakukan untuk menjaga kesehatannya, tetapi justru menerima informasi yang tidak resmi dan mengandung kebohongan. Bahkan, kebohongan tersebut menyebar lebih cepat sehingga menutupi informasi yang mengandung kebenaran. Padahal, informasi yang aktual dapat membantu mengontrol penyebaran virus dan mengurangi kecemasan pada masyarakat.

Penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi peran media sosial dalam menyebarkan misinformasi yang sehubungan dengan Covid-19 ini memiliki beberapa konsep, yaitu media sosial dan sumber informasi yang dapat diverifikasi, informasi dan media sosial, dan misinformasi dan media sosial.

Pada konsep media sosial dan sumber informasi yang dapat diverifikasi, Briandha, Jayaseelan, dan Kadeswara memaparkan bagaimana WHO dan organisasi kesehatan lainnya memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk mengontrol kepanikan yang timbul di masyarakat karena misinformasi. Begitu juga dengan media sosial, seperti *Twitter*, *Instagram*, dan *Facebook* yang juga menandai konten yang mengandung misinformasi agar masyarakat dapat lebih memperhatikan informasi yang diakses. Bahkan, *WhatsApp* bersama dengan pemerintah India meluncurkan *MyGov Corona Helpdesk Chatbot* untuk memudahkan masyarakatnya dalam menerima informasi resmi terkait Covid-19.

Kemudian, pada konsep informasi dan media sosial dijelaskan bagaimana media sosial seharusnya digunakan secara bertanggung jawab dalam penyebaran konten sehingga tidak menyebabkan kebingungan dan kepanikan. Tindakan

tersebut telah dilakukan oleh *Facebook* dengan memberi individu pedoman mengenai rekomendasi kesehatan preventif terkait Covid-19 dan mengarahkan pengguna ke lokasi yang ditargetkan secara geografis mengenai letak layanan tersebut tersedia.

Melalui konsep misinformasi dan media sosial, ketiga peneliti menjelaskan bahwa setelah pandemi Covid-19 berakhir, pemerintah, otoritas kesehatan masyarakat, dan perusahaan digital tidak hanya harus mempromosikan literasi digital, tetapi juga memerangi era *post-truth* yang ditimbulkan oleh dampak dari media sosial. Era ini menimbulkan teori konspirasi terkait dari mana virus ini berasal, pandemi yang diatur oleh suatu teknologi besar, hingga Cina yang dianggap secara sengaja menciptakan virus ini. Ketiga peneliti berpendapat bahwa penelitian diperlukan untuk lebih memahami awal penyebaran misinformasi dengan upaya yang terkoordinasi untuk menghancurkan sumbernya, mengidentifikasi, dan mengurangi penyebarannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Briandha, Jayaseela, dan Kadeswara berjenis kualitatif yang dipilih karena perlu dilakukan wawancara mendalam dengan informan terkait pengalamannya mengakses informasi melalui media sosial. Metode fenomenologi dipilih oleh ketiga peneliti untuk memberi pemahaman apakah media sosial merupakan medium yang efektif dalam mencari informasi utama selama pandemi Covid-19, menghasilkan pola, dan mengidentifikasi hubungan makna yang membentuk pengetahuan baru.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, media sosial telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, meskipun pemerintah telah mengarahkan sumber

yang dapat dipercaya dalam mengakses informasi terbaru sehingga penyebaran misinformasi Covid-19 terjadi dengan lebih cepat dan sebagian besar disebarkan oleh pihak yang melihat dari perspektif hiburan.

Menurut Briandha, Jayaseela, dan Kadeswara, hal yang lebih mengesankan adalah informasi yang aktual digabungkan dengan misinformasi sehingga situasi semakin memburuk. Media sosial harus memastikan bahwa informasi dan data yang benar dari sumber terpercaya dapat dibagikan dan disebarkan untuk menciptakan pengetahuan guna mencapai hasil positif.

Meskipun tidak memiliki *professional gatekeeper*, media sosial dapat menjadi tempat terbaik dalam menyebarkan informasi jika penggunanya membagikan berita dari sumber terpercaya, dapat melihat peningkatan visibilitas, dan dampak dari informasi yang benar dan salah.

Melalui penelitian yang dilakukan Briandha, Jayaseela, dan Kadeswara, peneliti memperoleh perspektif baru bahwa terdapat pengguna media sosial yang belum memahami dan belum dapat membedakan antara informasi yang aktual dan misinformasi sehingga bisa menimbulkan ancaman kesehatan pengguna media sosial. Peneliti juga memahami bahwa media sosial seharusnya bukan menjadi sumber utama dalam memperoleh informasi terkait Covid-19, terutama dengan situasi di mana pihak media sosial tidak memberikan fitur yang dapat mengedukasi penggunanya terkait misinformasi sehingga tidak terdapat tindakan mengurangi penyebarannya.

Relevansi lainnya dengan penelitian keempat ini adalah kesamaan topik misinformasi di tengah pandemi Covid-19 yang menimbulkan kecemasan dan

yang dapat dipercaya dalam mengakses informasi terbaru sehingga penyebaran misinformasi Covid-19 terjadi dengan lebih cepat dan sebagian besar disebarkan oleh pihak yang melihat dari perspektif hiburan.

Dari keempat penelitian terdahulu yang dijadikan acuan, terdapat beberapa aspek yang mendasari penelitian ini, yaitu konsep ketidakpercayaan pada media yang dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis dan pemahaman mendasar terkait *post-truth* yang salah satunya disebabkan oleh penggunaan media sosial sebagai sumber utama.

Secara teoritis, penelitian ini lebih terfokus pada aspek *accuracy goals* dan *directional goals* yang mendorong seseorang dalam *motivated reasoning*. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya membahas terkait *post-truth* dan ketidakpercayaan media sebagaimana telah dibahas oleh keempat peneliti sebelumnya, tetapi lebih mendalami sisi bias kognitif yang membentuk sudut pandang warganet terhadap hasil *Tempo Cek Fakta* di *Instagram* terkait vaksin Covid-19 dalam *microchip*.

Tabel 2.1
Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu

	Penelitian Pertama	Penelitian Kedua	Penelitian Ketiga	Penelitian Keempat
Judul Penelitian	Post-Truth, Media Sosial, dan Misinformasi: Pergolakan Wacana Politik Pemilihan Presiden Indonesia Tahun 2019	News media trust and its impact on media use: toward framework for future research	Motivated Reasoning and Public Opinion Perception	Social Media Reigned by Information or Misinformation about COVID-19: A Phenomenological Study
Nama Peneliti, Asal, dan Tahun Penelitian	Mochamad Iqbal Jatmiko, Universitas Gadjah Mada, 2019	Stromback, dkk., International Communication Association, 2019	Lilach Nir, Hebrew University of Jerusalem, 2011	Briandha, Jayaseelan, & Kadeswara, PSG College of Arts and Science, 2020
Hasil Penelitian	Paradigma <i>post-truth</i> yang menciptakan partikularisme narasi-narasi, wacana politik sebagai manifestasi dari kelompok elit kepentingan, dan media social yang berperan sebagai wadah dari keseluruhan konten.	Banyak masyarakat yang tidak memercayai media yang disebabkan munculnya media partisan yang pada tingkat tertentu didukung oleh politisi dan menuduh media tradisional memproduksi berita palsu.	<i>Motivated reasoning</i> memengaruhi dukungan yang berlebihan dalam opini skala nasional maupun opini dalam kelompok diskusi setelah mengontrol kekuatan partisan.	Media sosial harus memastikan bahwa informasi dan data yang benar dari sumber terpercaya dapat dibagikan dan disebarkan untuk menciptakan pengetahuan guna mencapai hasil positif.
Relevansi Penelitian	Terdapat celah penelitian, yakni penerapan konsep <i>post-truth</i> , media sosial, dan misinformasi yang diterapkan dalam ilmu komunikasi.	Peneliti mempelajari bahwa ketidakpercayaan pada media dapat diklasifikasikan ke dalam lima aspek sehingga dapat mengenali karakteristik informan berdasarkan lima aspek tersebut.	Terdapat beberapa aspek dari <i>motivated reasoning</i> yang digunakan dalam menyusun pertanyaan wawancara.	Fokus penelitian terletak pada misinformasi yang beredar selama pandemi Covid-19 dan celah penelitiannya terletak pada pemanfaatan media sosial oleh organisasi cek fakta yang diterapkan pada penelitian ini.

Sumber: Olahan peneliti (2020)

2.2 TEORI DAN KONSEP

2.2.1 *Post-truth*

Post-truth merupakan era saat pendapat masyarakat tidak lagi dibentuk oleh fakta dan rasio, melainkan oleh sentimen dan kepercayaan (Imaduddin, 2020, para.1). Penggunaan istilah ini banyak digunakan dalam konteks politik, seperti pemilihan presiden, baik di Amerika Serikat pada 2016 dan saat Inggris memutuskan untuk keluar dari Uni Eropa hingga ditetapkan sebagai *Word of the Year 2016* oleh Kamus Oxford (Oxford, 2016, para. 3).

Meskipun penggunaannya meningkat secara signifikan pada 2016, istilah *post-truth* pertama kali digunakan oleh Steven Tesich pada 1992 dalam artikelnya yang berjudul *A Government of Lies* dalam majalah *The Nation*. *Post-truth* digambarkan sebagai situasi masyarakat yang nyaman hidup dalam dunia yang penuh kebohongan dengan Skandal Watergate Amerika yang melatarbelakangi. Era ini didefinisikannya sebagai situasi saat masyarakat menghindar dari kebenaran dan menyamakan kebenaran dengan kabar buruk sehingga semua pernyataan bohong dianggap sebagai kebenaran (Tesich dalam Chmielewski, 2018, pp. 1-2).

Suhayanto (2019, p. 40) menjelaskan lima kebaruan yang menandai era *post-truth*, yaitu.

1. Digitalisasi komunikasi membuat akses informasi menjadi luas.
2. Masyarakat bisa membuat informasi sendiri karena media sosial dan kehadiran *citizen journalism*.

3. Masyarakat lebih rentan menerima informasi keliru karena berkembangnya berbagai komunitas.
4. Viral dianggap lebih penting daripada kualitas informasi dan etika.
5. Kebenaran tidak perlu dibantah, tetapi tidak dijadikan hal yang utama.

Era *post-truth* ditandai sebagai era munculnya hoaks secara masif yang disebabkan oleh kemajuan internet karena menumbuhkan penyebaran berita yang belum dianggap sebagai suatu kebenaran (Alam, 2018, para. 11). Fenomena ini dapat memengaruhi masyarakat melalui simpati dan empati yang diciptakan terhadap suatu permasalahan yang didukung oleh kehadiran media sosial.

Media sosial dianggap sebagai sarana yang menanamkan konsep kebenaran dan memungkinkan terbentuknya rezim wacana yang berpotensi mbingkai suatu kepentingan menjadi sebuah fakta (Jatmiko, 2019, p. 24), terutama jika media sosial menjadi sarana utama dalam mengonsumsi berita.

Dalam penelitian ini, warganet menganggap ideologi yang dipegang oleh Jerinx, yang merupakan seorang *public figure*, sebagai suatu kebenaran. Beberapa dari mereka menunjukkan sikap menghargai kepada Jerinx karena merasa pikirannya telah terbuka dengan hal-hal yang benar dan berusaha mempelajari ilmu yang dimiliki oleh Jerinx, yang justru merupakan teori konspirasi dan tidak berdasar pada fakta.

Pada era *post-truth*, kekuasaan terletak pada orang-orang yang paling vokal dan berpengaruh di media sosial. Konstruksi pesona yang disebarkan oleh figur ikonik diharapkan mampu membuat ilusi pendapat yang tersebar luas (Lewandowsky, Ecker, dan Cook, 2017, p. 354). Menurut Harsin (2018, p. 9), era

ini bukan hanya tentang kebohongan atau keyakinan yang salah, melainkan tentang kebingungan di tengah banyaknya informasi dan daya tarik yang berpengaruh, kesulitan membedakan satu dengan yang lain, dan perselisihan yang terjadi di publik terkait hal yang akurat dan yang diperdebatkan.

Pemahaman sekelompok orang ini meyakini bahwa virus corona telah direncanakan oleh elite global, yakni WHO, Bill Gates, dan media massa yang dianggap menyalahgunakan kekuasaan. Orang tersebut cenderung tidak mencari informasi yang menjadi dasar pendapatnya, tetapi mencari kebenaran pendapat yang mendukung keyakinannya sendiri. Miller (1993) berpendapat bahwa seseorang cenderung berkompromi dan bersikeras bahwa pandangan seperti yang dimilikinya berlaku secara universal.

Jatmiko (2019, p. 32) mengagaskan bahwa koreksi terhadap pandangan tersebut akan dianggap efektif jika tidak menentang pandangannya secara langsung, tetapi dengan membuat koreksi yang lebih persuasif dan harus menjelaskan kesalahan informasi yang disebarkan sejak awal atau memberi penjelasan tentang peristiwa yang relevan. Dalam verifikasi fakta, *Tempo Cek Fakta* telah melakukan hal tersebut. Namun, berdasarkan komentar yang diberikan warganet terkait klaim vaksin Covid-19 dalam *microchip*, mereka tetap menunjukkan penalaran yang berlawanan dengan hasil cek fakta.

2.2.1.1 *Motivated reasoning*

Motivated reasoning merupakan sebuah gagasan saat seseorang melihat suatu realitas berdasarkan pada keyakinannya (McIntyre, 2018, p. 45). Situasi ini menunjukkan saat seseorang memiliki kecenderungan untuk mempertahankan

argumennya dengan mencari bukti yang dianggap dapat mendukung kesimpulan yang diyakini.

Greifender, Bless, dan Fiedler (2018, p. 2) menjelaskan bahwa konsep ini merupakan bagian dari bias kognitif, saat orang-orang membuat realitas sosial subjektif berdasarkan persepsinya sehingga pandangannya terhadap dunia dapat menentukan tingkah laku. Dalam penelitian ini misalnya, saat seorang warganet mempercayai virus corona tidak nyata dan hanya ciptaan elite global, ia dapat bersikap mengacuhkan dan tidak menaati protokol kesehatan yang berlaku.

Bias kognitif dapat digunakan di tingkat saraf sehingga dapat terjadi di luar kesadaran. Ahli saraf telah mempelajari *motivated reasoning* dan ditemukan bahwa bagian lain dari otak seseorang akan terlibat ketika penalarannya telah diwarnai oleh konten afektif (McIntyre, 2018, p. 47).

Terdapat dua aspek dalam *motivated reasoning* (Kunda, 1990, pp. 482), di antaranya:

1. *Accuracy goals*

Menunjukkan seseorang yang termotivasi untuk memiliki pandangan yang akurat terhadap suatu hal sehingga melakukan upaya yang lebih mengandalkan aspek kognitif pada penalaran permasalahan dan memperhatikan informasi yang relevan. Menurut Kunda (1990, p. 481), *accuracy goals* mengarah pada pemikiran yang lebih kompleks, hati-hati, dan mengeksplor dengan lebih mendalam. Mereka yang termotivasi untuk menjadi akurat cenderung mempertimbangkan

berbagai informasi alternatif sehingga tidak hanya mengakses dari satu jenis atau satu portal berita.

Seseorang yang berada dalam kondisi ini berusaha menunjukkan keakuratan atas penalaran mereka kepada orang lain. Selain itu, orang tersebut juga berharap agar penalaran mereka dievaluasi atau dipublikasikan (Kunda, 1990, p. 481).

Sebagai contoh adalah perilaku yang dilakukan Jerinx pada April-Mei 2020. Ia dengan aktif mengunggah banyak konten di *Instagram* yang menentang adanya virus corona dari sudut pandang konspirasi, menyampaikan bahwa fungsi media tidak berjalan dengan baik karena menakuti masyarakat, hingga memberikan komentar pada hasil cek fakta tentang vaksin Covid-19 dalam *microchip* di *Instagram Tempo Cek Fakta* yang mempertanyakan induk perusahaan *Tempo* dan menganggapnya sebagai elite global.

2. *Directional goals*

Menunjukkan bagaimana aspek ini memengaruhi penalaran hingga harus memperhitungkan tidak hanya adanya keberpihakan yang termotivasi, tetapi juga temuan yang menunjukkan bahwa bias tersebut tidak dibatasi. Dalam kondisi ini, seseorang berusaha menjadi rasional untuk membangun faktualitas atas kesimpulan yang diinginkannya. Kunda (1990, p. 482) menuturkan bahwa seseorang yang memiliki tujuan terarah cenderung mendorong pencarian informasi yang diarahkan pada kesimpulan yang lebih disukai, kurang adil, dan

menghasilkan praduga yang berlebihan. Namun, hal itu akan dilakukan jika yang bersangkutan berhasil mengumpulkan bukti yang diperlukan untuk mendukung penalarannya.

Bukti tersebut dibangun berdasarkan memori yang digabungkan dengan pengetahuan yang dimiliki dan menyebut penalarannya itu objektif. Padahal, objektivitasnya itu merupakan ilusi karena mereka tidak sadar telah dipengaruhi oleh bias, sebagaimana yang dijelaskan oleh Kunda (1990, p. 483).

Directional goals juga dapat terbentuk melalui kekuatan sikap dalam diri seseorang yang dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti kepentingan, pengetahuan, aksesibilitas, kepastian, ambivalen, elaborasi, dan intensitas (Bolsen dan Palm, 2019, p. 12). Adanya pengalaman pribadi, pengaruh dari orang lain yang dianggap memiliki kepentingan, dan media massa memengaruhi kekuatan sikap dalam diri seseorang. Selain itu, emosi juga terlibat sebagai peran utama dalam diri seseorang yang penalarannya termotivasi (Suhay dan Erisend dalam Bolsen dan Palm, 2019, p. 15). Oleh karena itu, emosi mampu membentuk proses prasadar dalam diri seseorang.

Kemudian, Kunda (1990, p. 485) menjelaskan bahwa perilaku dan sikap yang tidak selaras dapat menciptakan disonansi apabila seseorang sampai merasa dirinya terancam. Oleh karena itu, orang tersebut termotivasi untuk mengurangi ketidaknyamanannya.

Misalnya, klaim vaksin Covid-19 dalam *microchip* yang dikaitkan dengan kasus mantan Menteri Kesehatan Siti Fadilah yang diunggah secara masif oleh Jerinx di akun *Instagram*-nya hingga membuat aktris Rina Nose berani mengungkapkan keberpihakannya yang sepaham dengan Jerinx. Ia mengunggah foto dengan mengenakan kaos bertuliskan *I Believe in Siti Fadilah*.

2.2.2 Misinformasi

Misinformasi merupakan informasi yang sama sekali tidak mengandung faktualitas, tetapi pihak yang menyebarkannya memercayai bahwa informasi tersebut mengandung kebenaran sehingga tidak terdapat intensi untuk merugikan pihak lain (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 5)

Jenis informasi ini merupakan salah satu *information disorder* atau kekacauan informasi yang dikategorikan oleh Wardle & Derakhshan sebagai ahli media sosial dan peneliti. Keduanya menggunakan istilah kekacauan informasi karena istilah *fake news* dianggap tidak memadai untuk menggambarkan fenomena kompleks atau polusi informasi. Istilah tersebut juga digunakan oleh politisi dunia untuk mendiskreditkan kerja jurnalis dalam organisasi berita yang peliputannya dianggap kurang menyenangkan (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 5).

Berdasarkan dimensi kebohongan dan kejahatan, kekacauan informasi dibagi menjadi misinformasi, disinformasi, dan malinformasi. Sebagaimana yang telah dipaparkan, misinformasi merupakan informasi yang tidak

mengandung kebenaran dan disebarikan tanpa tujuan tertentu karena diyakini memiliki faktualitas. Misalnya, klaim tentang vaksin Covid-19 dalam bentuk *microchip* yang diciptakan oleh Bill Gates.

Dalam klaim tersebut disebutkan bahwa *quantum dot dye*, teknologi yang ditemukan oleh Gates Foundation akan digunakan sebagai kapsul yang diimplan ke manusia yang memiliki sertifikat digital untuk menunjukkan siapa saja yang telah menjalani tes Covid-19. Faktanya, Bill Gates Foundation telah mengonfirmasi bahwa *quantum dot dye* tidak ada kaitannya dengan vaksin dan sertifikat digital yang dimaksud merujuk pada dampak pandemi terhadap bisnis dan ekonomi dunia.

Disinformasi merupakan informasi yang mengandung konten penipuan, ancaman, dan dinilai berbahaya bagi pihak lain. Informasi ini disebarikan dengan sengaja dan diciptakan untuk merugikan masyarakat.

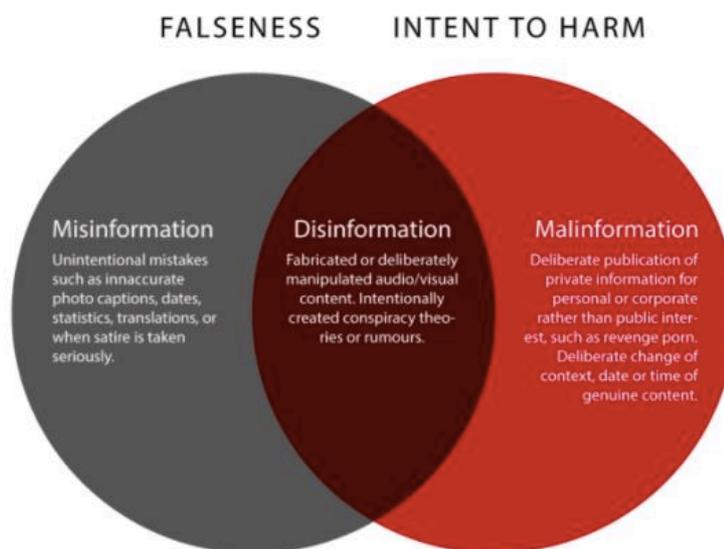
Contohnya adalah video yang diunggah oleh akun *Facebook* milik Sujito Wiratmo tentang mantan pasien Covid-19 yang menyatakan bahwa virus corona dapat disembuhkan dengan minyak kayu putih. Mantan pasien tersebut adalah Idrus Paturusi, mantan Rektor Universitas Hasanuddin, Makassar, Sulawesi Selatan.

Video yang diunggah tidak memuat pernyataan Idrus secara utuh, padahal ia mengatakan bahwa efektivitas minyak kayu putih dalam mengobati Covid-19 masih perlu diteliti lebih lanjut. Dalam penelitian sejauh ini, minyak kayu putih dinyatakan dapat menyembuhkan virus corona, tetapi bukan jenis SARS-CoV-2.

Sementara malinformasi merupakan informasi yang mengandung faktualitas, tetapi digunakan untuk merugikan berbagai pihak. Sebagai contoh, video demo mahasiswa yang menuntut Presiden Joko Widodo untuk mundur di tengah pandemi Covid-19.

Faktanya, video tersebut merupakan video mahasiswa yang melakukan aksi demonstrasi pada September 2019 untuk menuntut pembatalan RUU yang bermasalah. Video tersebut diunggah pada 2 Juni 2020 untuk memperkeruh situasi dengan menimbulkan ujaran kebencian terhadap kepala negara.

Gambar 2.1 Tipe-tipe Kekacauan Informasi



Sumber: Wardle & Derakhshan (2017)

Wardle (dalam UNESCO, 2018, pp. 56-58) mengategorikannya sebagai berikut:

1. Satire dan parodi

Merupakan konten yang diciptakan tanpa intensi tertentu, tetapi berpotensi untuk menciptakan kekeliruan interpretasi. Jenis ini dapat dianggap sebagai bentuk seni, tetapi di tengah banjirnya informasi dapat menimbulkan kebingungan jika konteks pembicaraannya tidak dipahami.

2. Hubungan yang salah

Adanya ketidaksesuaian antara judul informasi dengan narasi konten dan unsur-unsur pendukung, seperti gambar, video, dan ilustrasi.

Hal ini dilakukan untuk memperoleh perhatian pengguna media sosial dengan menuliskan judul menarik supaya timbul keingintahuan dan mengklik konten. Orang yang membaca konten ini dapat merasa dirinya tertipu. Misalnya, judul artikel *Kumparan* yang muncul di notifikasi ponsel, yakni *Pasien Virus Corona Tidak Akan Ditanggung BPJS* yang meningkatkan emosi pembaca dan langsung mengklik artikel. Judul tersebut berbeda dengan judulnya aslinya, yaitu *Tak Ditanggung BPJS Kesehatan, Pasien Virus Corona Dibiayai Anggaran Kemenkes*.

3. Konten yang menyesatkan

Merupakan konten yang digunakan oleh pihak tertentu untuk menyesatkan pihak lain dengan mengutip pernyataan, memotong foto, atau data statistik pada bagian tertentu untuk mendukung informasi tersebut. Sebagai contoh, foto-foto yang diklaim sebagai momen

penangkapan WNA, termasuk TKI, oleh pemerintah Malaysia saat pandemi Covid-19.

4. Konteks yang salah

Ketidaksesuaian penggunaan konteks dengan informasi yang sebenarnya. Jenis ini menjadi contoh mengapa istilah *fake news* tidak dapat menggambarkan suatu fenomena karena konten aslinya sering dipublikasikan kembali di luar konteks aslinya. Video penangkapan lansia di Italia yang terlihat berkelana saat pandemi Covid-19 adalah contohnya. Padahal, video tersebut merupakan penangkapan demonstran di Azerbaijan, Baku pada Oktober 2019.

5. Konten tiruan

Merupakan konten tiruan yang dibuat oleh oknum tertentu dengan membawa identitas instansi atau media supaya masyarakat memercayai konten yang dipublikasikan.

Misalnya, sebuah akun *Facebook* yang mengatasnamakan Bupati Pasuruan Irsyad Yusuf muncul dan mengajak masyarakat berpartisipasi dalam penggalangan dana Covid-19.

6. Konten yang dimanipulasi

Merupakan konten atau visual yang dibuat untuk memanipulasi pihak tertentu. Sebagai contoh, unggahan video pembacaan doa dan Al-Qur'an yang dikabarkan sebagai permintaan pemerintah Italia sebagai bentuk perlawanan terhadap virus corona. Peristiwa yang sebenarnya terjadi ialah adanya pertemuan multikultural dan antar agama untuk

mengenang para korban Covid-19 yang dilaksanakan di Piazza Martiri, Italia.

7. Konten rekaan

Tidak adanya fakta dalam pembuatan konten dan dirancang untuk menipu pihak lain hingga menyebabkan kerugian.

Gambar 2.2 Tujuh Kategori Misinformasi dan Disinformasi



Sumber: Wardle (2017)

Keyakinan terhadap misinformasi dapat membentuk *echo chamber*, yakni situasi saat sekelompok masyarakat yang memercayai informasi tertentu akan saling membagikan pandangannya dan membentuk pandangannya sekaligus perspektif baru dengan kesehatan sebagai salah satu topik yang paling sering diperbincangkan (Quattrociochi, 2016, para. 8).

Jika dilihat dari sisi psikologi, Shane (2020) dalam artikel berjudul *The psychology of misinformation: Why we're vulnerable* terdapat beberapa faktor yang menyebabkan seseorang mudah memercayai misinformasi, di antaranya:

1. Kurangnya rasa kognitif

Dalam menyelesaikan permasalahan, masyarakat cenderung menggunakan cara yang lebih mudah dan sederhana dibandingkan yang membutuhkan lebih banyak upaya. Hal ini yang membuat otak menjadi efisien karena tidak ingin berpikir keras tentang banyak hal, tetapi juga dapat diartikan bahwa seseorang tidak cukup memikirkan hal-hal yang diperlukan, seperti kebenaran akan suatu informasi yang diakses secara daring.

2. Teori proses ganda

Teori ini menggagaskan bagaimana seseorang memiliki dua cara berpikir dasar; sistem pertama yang mencakup proses otomatis yang hanya membutuhkan sedikit usaha dan sistem kedua yang membutuhkan lebih banyak upaya melalui proses analitis. Seseorang akan lebih menyukai sistem pertama, tetapi sistem tersebut memiliki risiko karena semakin mudah dan cepat informasi diproses akan semakin besar kemungkinan seseorang berpikir bahwa informasi tersebut benar sehingga efisiensinya dapat melewatkan informasi penting dan terperinci.

3. Heuristik

Dalam penggunaannya, heuristik sering mengarah pada kesimpulan yang salah karena lebih mudah dilakukan dibandingkan analisis yang kompleks. Misalnya, perilaku Jerinx yang mengandalkan heuristik sebagai dukungan sosial melalui perannya sebagai seorang *public*

figure, yang mengunggah informasi terkait Covid-19 yang dianggap tidak berbahaya dan pengikutnya mempercayai pernyataannya. Perilaku tersebut menunjukkan bahwa seseorang tidak dapat dipercaya sepenuhnya berdasarkan ketokohnya. Hal itu bukan indikator yang dapat diandalkan sehingga mendorong pengikutnya mempercayai informasi yang tidak benar.

4. Disonansi kognitif

Pengalaman negatif yang terjadi dalam diri seseorang sehingga menganggap informasi bertentangan dengan kepercayaannya. Hal ini dapat membuat seseorang menolak informasi yang kredibel untuk mengurangi disonansi. Misalnya, seseorang yang memilih untuk tidak mengakses pemberitaan dari media massa terkait virus corona karena merasa cemas dan takut sehingga memutuskan untuk mengakses dari sudut pandang konspirasi yang dinilai membuatnya merasa aman.

5. Bias konfirmasi

Kecenderungan untuk mempercayai informasi yang menegaskan keyakinan seseorang dan menolak informasi yang dinilai bertentangan dengan keyakinannya. Misalnya, warganet yang menentang hasil cek fakta *Tempo* di *Instagram* terkait vaksin Covid-19 dalam *microchip* dengan memberikan komentar yang mengatakan bahwa akun yang mengulas tentang fakta memiliki kemungkinan untuk berbohong.

2.2.3 Cek Fakta

Cek fakta merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan praktik kerja jurnalisme yang melakukan pengecekan informasi berdasarkan faktualitas, memperbaiki berita-berita, dan melakukan verifikasi terhadap klaim yang dibuat oleh reporter dalam berita sebelum dipublikasikan untuk mempertahankan kualitas berita (Mantzaris, 2018, p. 81).

Mantzaris (dalam UNESCO, 2018, p. 99) menyatakan terdapat dua gelombang yang penting bagi pertumbuhan praktik jurnalistik. Pertama, ketika *PolitiFact* memenangkan Pulitzer Prize pada 2009 karena proyek pemeriksaan fakta yang diluncurkan oleh *St Petersburg Times*. *PolitiFact* berhasil membuat khalayak memahami apa yang dimaksud dengan pemeriksaan fakta politik dan membuat tokoh politik bertanggung jawab atas pernyataan yang diucapkan.

Gelombang kedua muncul setelah adanya istilah ‘berita palsu’ yang digunakan secara global dengan memusatkan perhatian pada pengecekan fakta di ranah publik dan memverifikasi hoaks yang viral. Sebagian besar gelombang kedua menggambarkan pemberitaan sensasional yang menyita perhatian masyarakat dan memanfaatkan algoritma media sosial.

Dikutip dari artikel *TIME* (2017) yang berjudul *Here’s How the First Fact-Checkers Were Able to Do Their Jobs before the Internet*, *TIME* menjadi media pertama yang merekrut tenaga kerja untuk secara khusus bekerja sebagai pengecek fakta di berita sebelum dipublikasikan. Pada 1923, saat majalah *TIME* mempublikasikan edisi perdananya, pengecekan fakta menjadi standar yang dilakukan banyak majalah di Amerika Serikat. Keberadaan para

blogger konservatif yang tidak menyampaikan informasi secara terbuka membuat praktik jurnalisme ini kembali muncul (Graves, 2013, p. 1-2).

Kemunculan organisasi pengecek fakta diawali dengan FactCheck.org pada 2003, PolitiFact.org pada 2007, dan kolom *fact checker* pada koran *Washington Post* pada 2008. Kemudian, pada September 2015, International Fact-Checking Network (IFCN) didirikan oleh lembaga jurnalistik Poynter Institute untuk mengecek pernyataan tokoh-tokoh publik, institusi besar, dan klaim-klaim yang beredar di masyarakat secara global.

Terdapat empat media massa di Indonesia yang terdaftar dalam IFCN sehingga dapat melaksanakan praktik cek fakta, yaitu *Tempo.co*, *Liputan6.com*, *Kompas.com*, dan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO). Sementara Kominfo juga memiliki halaman cek fakta pada situsny yang bekerja sama dengan berbagai media dan juga terdapat konten cek fakta yang diproduksinya secara independen.

Graves (2013, p. 3) menjelaskan bahwa pengecekan fakta kini didefinisikan sebagai praktik jurnalisme yang memeriksa dan menilai klaim yang telah dipublikasikan. Cek fakta dilakukan oleh media atau suatu lembaga untuk mengecek kebenaran atas informasi yang menjadi pembicaraan dan dapat menimbulkan keresahan masyarakat.

Mantzaris (dalam UNESCO, 2018, p. 101) mendefinisikan pengecekan fakta dalam tiga fase:

1. Menemukan klaim

Dalam fase ini, fakta dapat diperiksa dengan menelusuri media berita, media sosial, atau catatan legislatif. Proses ini akan menentukan klaim yang faktanya dapat diperiksa atau yang harus diperiksa.

Sebagai contoh, *Tempo Cek Fakta* menemukan klaim bahwa vaksin Covid-19 telah diciptakan Bill Gates dalam bentuk *microchip* yang akan diimplan dalam tubuh manusia dan diklaim berasal dari mantan Menteri Kesehatan Siti Fadilah Supari. Klaim tersebut ditemukannya melalui grup-grup *WhatsApp* yang telah beredar sejak 20 April 2020.

2. Menemukan fakta

Pada fase ini, fakta yang relevan dapat digunakan untuk mencari bukti yang tersedia dan berkaitan dengan klaim tersebut.

Tempo Cek Fakta mengutip organisasi cek fakta Amerika Serikat, FactCheck, yang telah memverifikasi klaim tentang Bill Gates yang berencana menggunakan vaksin Covid-19 untuk melacak orang-orang dengan *microchip* kepada Gates Foundation.

Kemudian, *Tempo Cek Fakta* mengonfirmasi kepada ahli epidemiologi Dicky Budiman yang mengatakan hingga saat ini belum ditemukan vaksin Covid-19 dan Bill Gates menjadi musuh bagi gerakan antivaksin.

Untuk klaim terkait mantan Menteri Kesehatan Siti Fadilah Supari, *Tempo Cek Fakta* merujuk pada *Liputan6.com* yang telah mengonfirmasi pada kuasa hukumnya, Achmad Colidin.

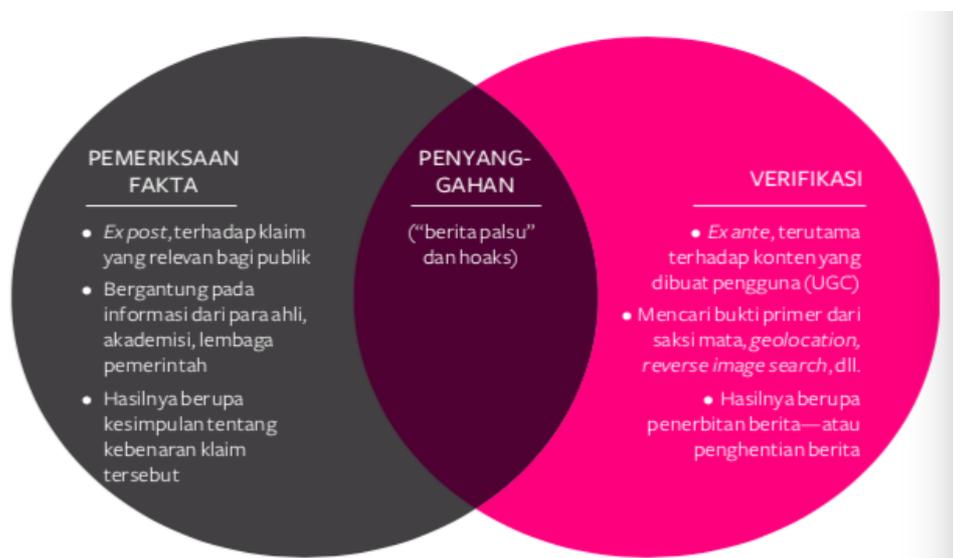
3. Mengoreksi catatan

Dalam fase ini dilakukan evaluasi terhadap klaim berdasarkan bukti dan data dengan skala kebenaran.

Setelah melakukan pengecekan fakta dengan berbagai sumber, *Tempo Cek Fakta* menyimpulkan bahwa vaksin Covid-19 yang terdapat dalam *microchip* merupakan misinformasi.

Pada tahap verifikasi berita biasa, pengecekan informasi dapat dilakukan dengan narasumber yang terlibat dalam suatu peristiwa. Sementara pada berita yang digunakan oleh pengecek fakta, pihak yang dijadikan sebagai narasumber harus memiliki kredibilitas, seperti seorang ahli, akademisi, atau pusat pemerintahan.

Gambar 2.3 Perbedaan Pemeriksaan Fakta dan Verifikasi



Sumber: Mantzarlis (2018)

Misalnya pada konten vaksin Covid-19 dalam *microchip*, *Tempo Cek Fakta* menghubungi ahli epidemiologi Dicky Budiman untuk mengonfirmasi ketersediaan vaksin saat ini dan dinyatakan vaksin tersebut belum ditemukan. Dicky Budiman juga mengatakan bahwa Bill Gates adalah “musuh” kaum antivaksin sehingga isu

vaksin yang diciptakannya dalam *microchip* tersebut bukan kali pertama dibicarakan (Arsyad, 2020, para. 19).

Hasil yang dipublikasikan pun berbeda karena berita biasa hanya berupa teks berita, sedangkan hasil pengecekan fakta merupakan kesimpulan atas suatu klaim (Mantzarlis, 2018, p. 83).

Sebuah artikel berjudul *Number of Fact-Checking Outlets Surges to 188 in More Than 60 Countries* dari situs *Poynter* (Stencel, 2019), *The Duke Reporters' Lab* (2019) melaporkan adanya 188 organisasi cek fakta yang tersebar di 60 negara. Berdasarkan jenisnya, 56% pengecek fakta merupakan bagian dari organisasi media. Persentase tersebut mengalami penurunan, khususnya di Amerika Serikat karena terdapat perubahan bisnis untuk media di negara tersebut. Dengan kata lain, jumlah pengecek fakta di Amerika Serikat semakin bertambah, tetapi lebih sedikit yang memiliki keterikatan dengan media.

Melalui sebuah video berjudul *Code of Principles* yang diunggah di kanal *Youtube* milik IFCN (IFCN, 2020), terdapat lima prinsip yang harus dimiliki oleh organisasi cek fakta, di antaranya:

1. Komitmen pada prinsip nonpartisan dan keadilan

Pengecekan fakta yang dilakukan oleh organisasi media mencakup seluruh sisi untuk membentuk bukti-bukti pada kesimpulan suatu klaim. Media dilarang untuk memposisikan diri pada klaim yang diperiksa.

2. Komitmen terhadap standar dan transparansi narasumber

Bukti-bukti yang mendukung pengecekan fakta harus ditampilkan ke masyarakat supaya mampu melakukan verifikasi. *Tempo Cek Fakta*

melampirkan bukti cek fakta yang dilakukan melalui akun *Instagram*-nya. Media ini mempublikasikan klaim yang mengandung misinformasi, *tools* yang digunakan untuk memverifikasi, menyertakan foto narasumber yang dihubungi atau data yang diperoleh dari lembaga terpercaya sebagai pendukung verifikasi informasi.

3. Komitmen terhadap transparansi pendanaan dan organisasi

Sumber pendanaan media harus bersifat transparan. Jika terdapat organisasi lain yang memberikan pendanaan, media harus memastikan ke masyarakat bahwa konten yang dikerjakan tidak terpengaruh oleh pendanaan tersebut. Dalam halaman metodologi di situs *Tempo Cek Fakta*, dijelaskan bahwa terdapat kerja sama dengan MAFINDO yang merupakan organisasi nirlaba. Pada halaman tersebut dijelaskan bahwa *Tempo Cek Fakta* tidak membayar atau memperoleh keuntungan finansial dan disertakan laporan keuangan MAFINDO.

4. Komitmen terhadap transparansi metodologi

Metodologi yang digunakan dalam proses pengecekan fakta harus dijelaskan secara terperinci, dimulai dari pemilihan konten, penelitian, penulisan, penyuntingan, publikasi, dan koreksi pemeriksaan fakta. *Tempo Cek Fakta* memiliki halaman metodologi dalam situsya yang menjelaskan cara media ini bekerja dalam memverifikasi informasi, kolaborasi yang dilakukan dengan organisasi lain, kategori penilaian yang diberikan dalam konten yang diverifikasi, bagaimana pembaca dapat

melaporkan konten yang perlu diverifikasi, dan menjelaskan struktur tim cek fakta.

5. Komitmen terhadap koreksi yang terbuka dan jujur

Organisasi media harus terbuka terhadap kritik dan saran yang berkaitan dengan klaim pendukung untuk pengecekan fakta. Selain itu, koreksi atas suatu klaim harus dipastikan dapat dilihat oleh pembaca. Pada situsnya, *Tempo Cek Fakta* menyertakan alamat *e-mail* yang dapat dihubungi oleh pembaca untuk memberikan kritik dan saran. Selain itu, *Tempo Cek Fakta* bersifat terbuka terhadap pembacanya melalui *Instagram* dengan memberikan tanggapan pada komentar yang diberikan pembaca dalam unggahan kontennya.

2.2.4 Ketidakpercayaan pada media

Media memiliki fungsi utama untuk menyajikan informasi kepada masyarakat. Namun, yang menjadi hal terpenting lainnya ialah informasi tersebut bukan hanya digunakan, melainkan juga dipercaya (Holbert dalam Stromback, 2019, para. 1).

Dalam konseptualisasinya, kepercayaan pada media dibagi ke dalam dua sisi, yakni *trustor* yang memercayai, dan *trustee* yang merupakan sisi yang dipercaya (Tsfati dan Cappella, 2003, p. 505). Stromback (2019, para. 26) menjelaskan terdapat perbedaan penting dalam ketidakpercayaan masyarakat terhadap media jika dilihat dari operasionalisasinya, di antaranya:

1. Skeptisisme media

Ketidakpercayaan berdasarkan pemeriksaan dan pertimbangan yang cermat.

2. Sinisme media

Ketidakpercayaan tanpa pemeriksaan, hanya berdasarkan disposisi untuk tidak percaya.

Pada penggunaan media terdapat hubungan yang penting antara dampak kepercayaan dengan penggunaannya. Hal tersebut dapat memengaruhi sejauh apa seseorang menghindari media tertentu berdasarkan pengalaman yang dimiliki, misalnya akibat media tersebut memberikan informasi yang tidak dapat dipercaya.

Pada penelitian ini juga akan dikaji apakah warganet termasuk dalam kategori skeptisme atau sinisme media.

Kurangnya rasa percaya dan keadaan ketidakpercayaan informasi yang terjadi di masyarakat dapat menimbulkan potensi hambatan bagi organisasi pengecekan fakta yang menjangkau masyarakat melalui media sosial (Brandtzaeg dan Folstad, 2017, p.11)

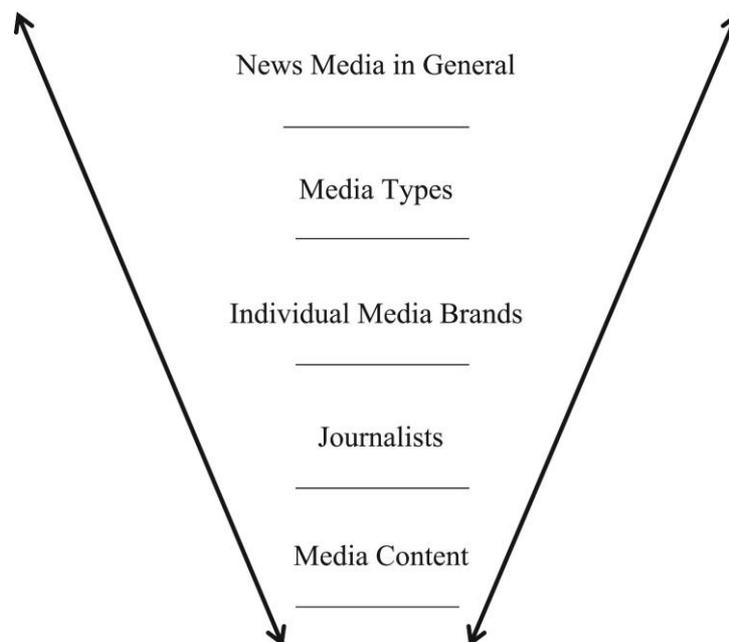
Prior dan Van Aelst (dalam Stromback, 2019, para. 3) menjelaskan beberapa tantangan yang dihadapi oleh media berita dan kepercayaan pada media berita, yaitu.

1. Banyaknya sumber informasi yang mencuri perhatian masyarakat.
2. Hadirnya media alternatif dan partisan yang menjadi pesaing baru bagi media sehingga menimbulkan serangan bagi media berita untuk tidak dipercaya.

3. Media digital dan media sosial membuat aktor politik tidak bergantung pada media berita untuk menjangkau publik dan memberikan serangan bagi media berita.
4. Banyaknya jumlah *fake news*, disinformasi, dan misinformasi yang beredar.
5. Masyarakat cenderung memilih informasi yang konsisten untuk terlibat dalam pemikiran yang menggerakkan dan bersikap skeptis dalam menghadapi informasi.

Kepercayaan terhadap media dapat merujuk pada beberapa hal, seperti media sebagai sebuah institusi, media secara keseluruhan, tipe media, media sebagai *individual outlets*, jurnalis, atau topik peliputan yang dibahas (Stromback, 2019, p. 147).

Gambar 2.4 Kerangka Ketidakpercayaan pada Media



Sumber: Stromback (2019)

Titik awal dalam kerangka tersebut ialah pengguna individu yang merupakan *trustor*. Kemudian, konten media yang diposisikan paling bawah mengacu pada berita yang diekspos oleh pengguna individu saat menggunakan media yang berbeda. Jika dilihat dari hal pengukuran, titik ini dapat merujuk pada berita dari media saat meliput topik yang berbeda.

Jurnalis menjadi figur yang sangat dekat dengan produksi berita yang dipublikasikan oleh media. Para jurnalis ditempatkan di berbagai *media outlets* yang disebut sebagai *individual media brands*, termasuk dalam berbagai jenis media, seperti televisi, *online*, atau surat kabar.

Kemudian, media berita secara umum, yang diletakkan di paling atas kerangka, menjadi pilihan yang disengaja agar media berita lebih dibicarakan dibandingkan konten media karena keragaman dalam kategori terakhir yang membuatnya hampir tidak berarti dalam mengukur kepercayaan.

Berdasarkan penuturan Esser (dalam Stromback, 2019), selain pengertian yang lebih luas bahwa kepercayaan media mengacu pada hubungan antara masyarakat sebagai *trustors* dan media sebagai *trustees*, dalam situasi ketidakpastian, justru media mengharapkan adanya interaksi dengan masyarakat untuk meningkatkan kepercayaan.

Oleh karena itu, media sosial menjadi salah satu platform yang digunakan oleh media untuk pendistribusian informasi agar media dapat menyalurkan informasi dalam ruang yang dapat diterima dengan lebih mudah dan cepat sekaligus memperoleh kepercayaan dari masyarakat.

Jika berkaca dengan kerangka ketidakpercayaan di atas, dalam konteks fenomena ini, warganet tidak memercayai *Tempo Cek Fakta* sebagai media secara keseluruhan karena dianggap sebagai salah satu elite global, di samping WHO dan Bill Gates, yang publikasi informasinya justru dianggap memberi tekanan, menakuti masyarakat, dan menguntungkan salah satu pihak.

2.2.5 Media Sosial

Kemajuan teknologi menghadirkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan pertukaran informasi antarindividu yang mampu menjangkau seluruh lapisan tanpa batasan. Carr & Hayes (2015) mendefinisikan media sosial sebagai media berbasis internet yang memberikan ruang bagi penggunanya untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri dengan khalayak luas melalui *user-generated content*, serta membentuk persepsi interaksi dengan orang lain.

Six Degrees merupakan media sosial pertama dengan fitur membuat profil, menjalin pertemanan, dan mengirimkan pesan yang ditemukan pada 1997 oleh Andrew Weinreich. Kemunculannya membuat berbagai media sosial muncul dengan beragam dan dapat dikelompokkan berdasarkan konten yang dihasilkan.

Kaplan dan Hamlein (2010) mengklasifikasikan media sosial menjadi enam jenis, yaitu:

1. Proyek dan Kolaborasi

Berupa situs web yang memberikan penggunanya peluang untuk menambahkan, memperbaiki, atau menghapus konten yang dipublikasikan di situs web, seperti *Wikipedia* yang pertama kali diluncurkan pada 2001.

2. Blog dan Mikroblog

Pengguna memiliki kebebasan untuk mengekspresikan opini, perspektif terhadap suatu kebijakan, emosi yang sedang dirasakan, atau konten yang sesuai dengan minatnya, misalnya *Blogger* yang muncul pada 1999 dan *Twitter* pada 2006.

3. Konten

Melalui situs ini, pengguna dapat membagikan konten dalam bentuk visual, seperti video, gambar, dan infografis. Media sosial yang menyediakan fitur ini adalah *Youtube* yang pertama kali muncul pada 2005 dan *Instagram* pada 2010.

4. Situs Jejaring Sosial

Merupakan media sosial yang menyediakan fitur *approval* bagi penggunanya untuk dapat terhubung dengan orang lain maupun dalam membuat informasi pribadi. Misalnya, *Facebook* yang diluncurkan pada 2004 oleh Mark Zuckerberg.

5. *Virtual Game World*

Replikasi lingkungan tiga dimensi hadir dalam bentuk permainan virtual sehingga pengguna dapat muncul di dunia maya melalui avatar yang diinginkan dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Contohnya adalah *game online Mobile Legend, Clash Royale, dan PUBG*.

6. *Virtual Social World*

Pada jaringan ini, pengguna dapat merasakan kehidupan di dunia virtual dan berinteraksi dengan pengguna lain seperti pada *virtual game world*.

Namun, *virtual social world* bersifat lebih bebas dan mengarah pada realitas, seperti *The Sims* dan *Second Life*.

Jenis-jenis media sosial memberi pemahaman bahwa platform ini menjadi ruang terbuka untuk menyampaikan aspirasi, memproduksi konten, dan melakukan aktivitas sosial secara virtual. Dengan berbasis internet, media sosial membuat penyebaran informasi menjadi cepat dan mudah diakses tanpa batasan waktu dan jarak.

Sebagai platform yang digunakan untuk berkomunikasi, media sosial memiliki karakteristik tertentu yang membedakannya dengan media lainnya. Nasrullah (2017, p.16) menjelaskan beberapa karakteristik tersebut, di antaranya:

1. Jaringan

Media sosial memiliki karakter pembentukan jaringan sehingga penggunaannya dapat saling terhubung melalui teknologi.

2. Informasi

Pembentukan dan penyebaran informasi menjadi hal yang esensial dalam media sosial karena dalam ruang publik ini terjadi pertukaran informasi antarpengguna yang juga mampu membentuk interaksi.

3. Arsip

Media sosial meninggalkan jejak digital bagi penggunanya melalui konten atau informasi yang pernah dipublikasikan atau berdasarkan interaksi yang dibangun.

4. Interaksi

Tujuan penggunaan media sosial ialah membangun interaksi dengan pengguna lainnya. Hal ini tidak hanya diterapkan dengan memperluas hubungan pertemanan, tetapi juga memperoleh *feedback* secara langsung jika dilihat dari sudut pandang media massa.

5. Simulasi Sosial

Media sosial mampu merepresentasikan kehidupan sosial masyarakat secara virtual melalui konten dan informasi yang dipublikasikan. Melalui berbagai platform, pengguna dapat melihat suatu kondisi tanpa harus terlibat di dalamnya.

6. Konten oleh pengguna

Karakteristik ini menunjukkan bahwa konten dalam media sosial merupakan milik pengguna yang dipublikasikan di ruang terbuka sehingga terdapat pemahaman bahwa dengan memproduksi, konten tersebut akan dikonsumsi oleh khalayak.

Kemajuan teknologi menjawab berbagai kebutuhan masyarakat dan memberi kepuasan dengan menghadirkan berbagai opsi bagi pengguna dalam mengakses informasi. Konten yang disajikan tidak hanya berupa teks, tetapi juga visual, seperti foto dan video.

Salah satu media sosial yang menghadirkan konten dalam bentuk visual adalah *Instagram*. Pada 2010, platform ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengunggah foto dan video. Media sosial ini dilengkapi fitur tagar, *likes*, *direct message*, komentar, dan pengikut untuk mendorong terbentuknya interaksi sosial dari sesama pengguna. Fitur-fitur tersebut digunakan

untuk menunjukkan persetujuan pengguna atas unggahan atau komentar yang diberikan oleh pengguna lainnya (Wagner, Aguirre, & Summer, 2016).

Fitur tagar (#) digunakan untuk mengelompokkan unggahan dengan tema yang sama supaya informasi lebih mudah ditemukan. Pengguna juga dapat menyebut pengguna lainnya dengan menggunakan simbol *arroba* (@) yang diikuti dengan *username* pengguna. Fitur ini dapat digunakan pada *caption* foto, komentar, dan *Instagram story*.

Kemudian, *Instagram* memungkinkan pengguna untuk mengunggah lebih dari satu foto dalam *multiple post* yang memungkinkan hingga sepuluh foto atau video sekaligus. Fitur ini dimanfaatkan oleh *Tempo Cek Fakta* dalam menyajikan konten cek fakta di media sosial.

Pengguna *Instagram* bukan hanya dari kalangan individu, melainkan media massa, baik cetak, elektronik, maupun *online* dalam mendistribusikan informasi supaya dapat lebih dijangkau oleh masyarakat. Hal ini memberikan kemudahan bagi pengguna yang membutuhkan edukasi sekaligus hiburan karena konten visual yang disajikan lebih ringkas sehingga lebih mudah untuk dipahami. Kemudian, jika dilihat dari perspektif jurnalis, Hamna (2017, p. 107) menjelaskan bahwa *Instagram* dapat digunakan sebagai sarana pengumpulan bahan berita.

Sejak terverifikasi oleh IFCN pada 2018 dan didukung oleh program Share The Fact yang dipersembahkan oleh Duke University dan Jigsaw, *Tempo Cek Fakta* yang merupakan bagian dari *Tempo.co* mempublikasikan kontennya di *Instagram* sejak 10 Desember 2018 dengan memanfaatkan fitur *multiple post* dan beberapa tagar agar unggahannya lebih mudah ditemukan.

Unggahan *Tempo Cek Fakta* di *Instagram* ditentukan berdasarkan *traffic* konten di situsnya yang dinilai paling tinggi. Selama pandemi, informasi yang terkait dengan Covid-19 memiliki frekuensi unggahan lebih tinggi dibandingkan dengan informasi lainnya dengan total 69 konten, dimulai pada 27 Januari 2020 dengan hasil cek fakta berjudul *Benarkah Ada Penumpang yang Meninggal di T3 Bandara Soetta karena Virus Corona?*

Dalam unggahannya, *Tempo Cek Fakta* menyatakan klaim atas misinformasi pada *slide* pertama yang dikelompokkan ke dalam lima kategori, yakni benar, sebagian benar, tidak terbukti, sesat, dan keliru. Misalnya, pada misinformasi yang berjudul *Benarkah Bill Gates Bikin Vaksin Virus Corona COVID-19 yang Dipasang Microchip?* yang dipublikasikan pada 23 April 2020 dan dinyatakan bahwa klaim tersebut keliru.

Kemudian, terdapat pemaparan latar belakang klaim pada konten tersebut, seperti pada contoh judul di atas, pemaparan tersebut ditulis bahwa terdapat pesan berantai di *WhatsApp* yang berisi narasi bahwa Bill Gates membuat vaksin yang didistribusikan dalam bentuk *microchip*. Pesan berantai tersebut diklaim berasal dari mantan Menteri Kesehatan Siti Fadilah Supari dengan judul *Vaksin Bill Gates Jangan Digunakan di Indonesia, Mengapa?*

Selanjutnya, dijelaskan bagaimana *Tempo Cek Fakta* menelusuri misinformasi tersebut, *tools* yang digunakan, dan menghubungi narasumber jika memang diperlukan. Dalam contoh kasus vaksin Bill Gates, *Tempo Cek Fakta* mengutip *Liputan6.com* yang menghubungi kuasa hukum Siti, yakni Achmad

Colidin, yang membenarkan bahwa Siti menulis pesan terkait vaksin, tetapi tidak terdapat subjudul *Vaksinasi dan Microchip Bill Gates*.

Sebelum menyatakan kesimpulan di *slide* terakhir, *Tempo Cek Fakta* menyampaikan fakta atas misinformasi tersebut. Gates Foundation mengonfirmasi bahwa penelitian mengenai *quantum dot dye* tidak terkait dengan vaksin Covid-19, begitu juga dengan sertifikat digital. Pernyataan tersebut ditulis oleh *Tempo Cek Fakta* dengan merujuk pada organisasi cek fakta Amerika Serikat, FactCheck, yang telah memverifikasi klaim tersebut. Oleh karena itu, di *slide* terakhir kesimpulannya adalah klaim tersebut keliru.

Hasil cek fakta ini dapat dimanfaatkan oleh warganet sebagai sarana edukasi di tengah banjir informasi di media sosial dalam situasi pandemi. Pada konten *Tempo Cek Fakta* juga tersebut terdapat interaksi yang dibangun oleh warganet melalui kolom komentar. Namun, interaksi tersebut tidak semuanya menampilkan apresiasi terhadap hasil cek fakta. Beberapa warganet justru menunjukkan sikap kontradiktif dan lebih meyakini pendapatnya yang diyakininya sebagai suatu kebenaran. Semakin sering publik mengandalkan media sosial sebagai sumber berita, semakin rentan pula dengan misinformasi (Jatmiko, 2019, p. 34).

2.3 ALUR PENELITIAN

Penelitian ini berawal dari banjir informasi di tengah pandemi Covid-19 yang menjadi salah satu penyebab misinformasi muncul secara masif, di internet. Situasi ini membuat warganet membutuhkan peran edukasi dari media yang dihadirkan dalam bentuk informasi, salah satunya adalah hasil cek fakta.

Sebagai salah satu praktik kerja jurnalisme, cek fakta mampu meluruskan kesalahan informasi yang beredar, dinilai meresahkan warganet, dan dipertanyakan kebenarannya. Namun, justru tidak semua warganet dapat memercayai hasil cek fakta yang dalam penelitian ini secara khusus dikaji terkait misinformasi dari klaim vaksin Covid-19 dalam *microchip* yang telah dikonfirmasi oleh *Tempo Cek Fakta*.

Fenomena *post-truth* yang menjadi era saat pendapat warganet dibentuk oleh sentimen dan kepercayaan semakin memberikan ruang bebas bagi misinformasi untuk berkembang, terutama di media sosial yang menjadi sarana mengakses informasi. Dalam era ini, warganet lebih menggunakan emosi dibandingkan rasional dalam menerima fakta sehingga berpengaruh pada perilakunya yang dapat membentuk ketidakpercayaan terhadap hasil cek fakta. Selain itu, kehadiran media sosial membuat media massa tidak berperan sebagai penyalur informasi utama.

Penelitian ini menggunakan *motivated reasoning* dan kedua aspeknya, yakni *accuracy* dan *directional goals* sebagai konsep utama untuk mengetahui sudut pandang warganet terhadap hasil *Tempo Cek Fakta* di *Instagram* tentang vaksin Covid-19 dalam *microchip* berdasarkan bias kognitif.