

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam proses melakukan penelitian ini, peneliti mempunyai acuan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini.

1. “Fact-Checking and Audience Engagement: A Study of Content Analysis and Audience Behavioral Data of Fact-Checking Coverage from News Media” yang diteliti oleh Yoo Ji Suh, Eun-mee Kim, Eunryung Chong, Hwajung Hong, Boyoung Song, Yena Ko & Ji Soo Choi (2022).

Penelitian ini membahas tentang eksplorasi investigasi pada karakteristik pesan berita yang mengecek fakta informasi dan hubungannya dengan keterlibatan khalayak yang konten liputannya akan di analisis dari outlet berita besar di Korea Selatan. Para peneliti terdahulu menemukan bahwa sebagian penelitian lebih banyak berfokus pada motivasi, tujuan, atau prinsip dari *fact-checking* atau melihat dari efektivitas dari pengecekan fakta tersebut dalam meluruskan adanya misinformasi. Ditemukan belum adanya penelitian yang menganalisis konten *fact-checking* secara sistematis, yang menyebabkan kurangnya ilmu tentang fitur konten apa yang menjadi ciri praktik jurnalistik baru. Ditemukan masih sedikit yang meneliti pengaruh faktor pesan keterlibatan pembaca berita pada liputan *fact-checking* dalam bentuk, “*like*”, “*comment*”, dan “*share*” konten tersebut. Penelitian tersebut dilakukan karena adanya keterlibatan publik menjadi penting dalam proses *fact-checking* karena, dengan adanya keterlibatan publik maka hasil pengecekan fakta tersebut dapat diterima dan disebarluaskan di lingkungan media.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan pada transparansi sumber dengan statistik dan laporan resmi yang mendorong perilaku keterlibatan publik dengan artikel pengecekan fakta (kecuali reaksi “*like*”). Namun data yang ditemukan tidak dapat memastikan apakah ada hubungan antara reaksi evaluatif dan perilaku komunikasi pasca.

Relevansi dari penelitian ini adalah target audiens berita dan keterlibatan publik pada media. Dimana penelitian terdahulu meneliti pengaruh audiens kepada berita pengecekan fakta pada media di Korea Selatan yaitu Naver News. Berita yang akan

diteliti adalah berita online Naver News pada Januari 2018 sampai April 2019 pada 25 outlet berita di Korea Selatan. Penelitian ini lebih melihat persepsi kredibilitas pada mahasiswa UMN pada cek fakta Suara.com.

2. “Truth of Varying Shades: Analyzing Language in Fake News and Political Fact-Checking” yang dilakukan oleh Hannah Rashkin, Eunsol Cho, Jin Yea Jang, Svitlana Volkova, Yejin Choi (2017)

Penelitian terdahulu ini meneliti dalam bentuk studi analitik yang mengkarakteristikan bahasa kutipan politik dan media berita yang ditulis dengan berbagai maksud dan tingkat kebenaran. Penelitian ini juga menyelidiki deteksi penipuan bertingkat, menentukan kebenaran pada skala 6 poin menggunakan pengecekan fakta politik database tersedia di PolitiFact.com.

Relevansi yang ada dalam penelitian ini adalah pada pengecekan fakta dan menggunakan topik berita politik. Penelitian terdahulu meneliti bagaimana perbedaan penggunaan kata dan kalimat yang ada di berita palsu dan berita asli, sedangkan penelitian ini lebih meneliti bagaimana pembaca melihat bagaimana media non legacy melakukan pengecekan fakta dan bagaimana mahasiswa menanggapi bagaimana tahap cek fakta yang dilakukan oleh Suara.com. Penelitian terdahulu menggunakan media pengecekan fakta di PolitiFact.com, sedangkan penelitian ini menggunakan salah satu media yang memiliki kanal cek fakta yaitu, Suara.com.

3. Credibility Perceptions and Detection Accuracy of Fake News Headlines on Social Media: Effects of Truth-Bias and Endorsement Cues oleh Mufan Luo, Jeffrey T. Hancock, and David M. Markowitz (2022).

Penelitian ini meneliti seberapa akurat masyarakat dapat membedakan berita palsu dan berita asli dalam kredibilitas pesan. Dan bagaimana endorsement dapat menyebabkan pengaruh secara online karena isyarat seperti jumlah like di media sosial dapat mempengaruhi cara pembaca menilai kredibilitas.

Relevansi yang dimiliki dalam penelitian terdahulu dan sekarang adalah melihat kredibilitas berita dan metode survei yang akan digunakan pada penelitian ini. Penelitian terdahulu menggunakan sampel topik berita yang sudah dikelompokkan seperti politik, sains, dan kesehatan untuk peserta yang akan diteliti, sedangkan penelitian ini akan menggunakan hanya satu topik yaitu politik saja. Penelitian

terdahulu melihat bagaimana masyarakat untuk menilai keakuratan beberapa berita utama asli yang kebenarannya dasarnya didirikan, sedangkan penelitian sekarang ingin melihat keakuratan media non legacy dalam proses pengecekan fakta dan bagaimana masyarakat menanggapi kualitas hasil cek fakta pada media tersebut.

4. Credibility perceptions of television and online news oleh Charmy G. Sabigan (2007).

Penelitian terdahulu ini meneliti tentang kredibilitas reporter dan media memiliki pengaruh berita yg diberikan oleh kedua media dari televisi dan online. Penelitian terdahulu ingin mencari hubungan dan keterkaitan sumber, media, dan karakteristik berita. Dari penelitian terdahulu berhipotesis bahwa sumber, media, dan karakteristik berita merupakan atribut kredibilitas pemberitaan yang dimediasi secara umum. Oleh karena itu, penelitian ini mengeksplorasi sejauh mana konstruksi tersebut meningkatkan atau menghilangkan kredibilitas berita media massa. Dari bentuk survei tersebut, kredibilitas reporter juga diteliti dari profesionalisme mereka dalam melakukan pekerjaannya. Pada media televisi diukur pada ketertarikan publik dan keadilan dalam membawa suatu berita. Sedangkan media online diukur dari objektivitas mereka dan kepercayaan publik. Dengan berkembangnya teknologi media, memudahkan publik dalam mengakses suatu informasi berita. Hal tersebut dapat mempengaruhi kepercayaan publik pada media tersebut.

Relevansi yang dimiliki dalam penelitian ini pada penelitian yang akan dilakukan adalah mengukur kredibilitas media online dan survei pada mahasiswa. Dimana peneliti terdahulu lebih berfokus pada media televisi dan media online. Sedangkan penelitian ini berfokus hanya dengan media online.

Tabel 2.1 Ringkasan penelitian terdahulu

No	Judul, Artikel dan Tahun	Metode	Teori/Konsep	Objek Penelitian	Kelemahan/celah penelitian
1	Fact-Checking and Audience Engagement: A Study of Content Analysis and Audience Behavioral Data of Fact-Checking	Kuantitatif	<i>Fact-Checking & Audience Engagement</i>	Pembaca Naver News di Korea Selatan	Objek penelitian sangat luas. Masih kurang dalam membahas gagasan keterlibatan publik dan dampak fitur pesan pada media online

	Coverage from News Media (2022)				
2	Truth of Varying Shades: Analyzing Language in Fake News and Political Fact-Checking (2017)	Studi kasus eksperimen	<i>Fake News & Fact-Checking</i>	PolitiFact	Lebih membahas penelitian tata bahasa atau linguistik dari PolitiFact
3	Credibility Perceptions and Detection Accuracy of Fake News Headlines on Social Media: Effects of Truth-Bias and Endorsement Cues (2022)	Eksperimen	<i>Credibility Perceptions</i>	Berita yang tersebar di Facebook	Memiliki kekurangan dalam membahas keterlibatan media sosial dalam persepsi kredibilitas suatu informasi berita
4	Credibility perceptions of television and online news oleh Charmy G. Sabigan (2007)	Survei	<i>Credibility Perceptions</i>	Wartawan dan media online	Tidak menjelaskan pengaruh dari kredibilitas berita dibandingkan kredibilitas media

Sumber: Olahan Peneliti

2.2 Konsep

2.2.2.1 Fact Checking

Fact checking atau pengecekan fakta sudah berkembang pada relevansinya dan sudah menyebar ke seluruh dunia dalam dekade terakhir (Ireton & Posetti, 2018, p.82). Pengecekan fakta juga mencakup jurnalis yang bekerja di outlet berita lokal dan regional di seluruh negara (Graves, 2016, p.9).

Dalam buku UNESCO dengan judul “*Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training*” cek fakta memiliki tiga fase (Ireton & Posetti, 2018, p.89):

1. Menemukan klaim yang dapat diperiksa fakta tersebut dengan cara mencari catatan legislatif, outlet media dan media sosial. Proses ini dapat menentukan bagaimana klaim publik yang dapat dipertanyakan klaim fakta tersebut
2. Mencari fakta dengan mencari bukti-bukti terbaik yang ada mengenai

klaim di tangan.

3. Memperbaiki catatan dengan mengevaluasi klaim berdasarkan bukti, biasanya dalam skala kebenaran.

Dalam sejarah, kegiatan pengecekan fakta bukan hal baru dan sudah muncul dari berbagai konsep politik. Kegiatan pengecekan fakta dan berdirinya organisasi yang berkaitan di Indonesia ditemukan pada tahun 2015 berhubungan dengan perkembangan dan luasnya penyebaran hoaks politik di berbagai platform digital, terutama saat pemilu. Organisasi pemeriksa fakta di Indonesia sedang berkembang dan berusaha meningkatkan kehadirannya secara nasional dan terhubung dengan berbagai organisasi global yang memimpin perjuangan berkelanjutan melawan hoaks (Rahmawan, D., Hartanto, R., & Garnesia, I., 2022, p. 12).

Pengecekan fakta mempunyai potensi untuk mengurangi penyebaran luas dan dampak misinformasi setidaknya dalam dua cara berbeda. Pertama, pengecekan fakta dapat digunakan untuk memberitahu pembaca tentang ketidakakuratan. Kedua, platform media sosial dapat digunakan untuk melakukan pemeriksaan fakta dan dapat mempengaruhi kemungkinan isi konten tersebut yang akan ditampilkan kepada pengguna (Allen, J., Arechar, A. A., Pennycook, G., & Rand, D. G., 2021, p. 1). Membongkar informasi palsu dapat memungkinkan mengurangi keyakinan yang salah (Wood, T., & Porter, E., 2019).

2.2.2.2 Media Non Legacy

Penyampaian berita berubah secara cepat dari cara berita tersebut diproduksi, disampaikan, dan diterima oleh masyarakat luas. Perubahan tersebut terjadi karena adanya internet yang sedang berkembang. Banyak masyarakat mendapatkan informasi berita online pada saat ini daripada saat web berita muncul pada tahun 1990-an (Diel, S., 2017, p. 1).

Dengan berkembangnya media, beberapa media lama dan baru mulai berkembang dan terlihat mempunyai beberapa kemiripan pada satu dengan yang lain. Pada saat media lama berpindah ke web, media digital telah mulai mengadopsi beberapa standar dan praktik media lama (Diel, S., 2017, p. 3).

Perkembangan media digital membuka langkah baru untuk media di dunia internet kelebihan yang diberikan oleh era digital yaitu, adanya *hyperlink* untuk memperlihatkan akurasi dan keterbukaan, konteks dan ketepatan waktu yang lebih besar untuk koreksi online, adanya masukan banyak suara yang membantu pluralitas, transparansi selain (bukan menggantikan) ketidakberpihakan. Namun walaupun memiliki beberapa peluang dan kelebihan, perkembangan media digital juga memiliki kekurangan dalam verifikasi, pengaburan jenis konten, dan iklan bawaan mengancam standar. Resiko tersebut adalah,

dengan kecepatan dan viralitas suatu informasi berita, hal tersebut dapat mengancam keadilan dan akurasi, Kurangnya struktur linier berarti semua konten 'diratakan'. Membedakan antara jenis konten sulit bagi outlet yang berkomitmen pada ketidakberpihakan (Riordan, K., 2014, p.3).

2.2.2.3 Berita Politik

Media tidak hanya sebagai sumber informasi politik, tetapi sering menjadi faktor pendorong terjadinya perubahan politik (Tommy Suprpto, M., 2022, p. 12).

Peristiwa politik dari pihak-pihak yang penting menjadikan berita politik sebagai sarana komunikasi politik. Berita politik selalu menjadi topik perhatian pembaca karena politik abad ke-20 dan demokrasi sangat mempengaruhi kepentingan pribadi pada suatu negara (Sosiawan, E. A., & Wibowo, R., 2020, p. 5).

Berita yang mengandung isu-isu politik sangat diminati masyarakat terutama pada tahun 2019 dimana Indonesia merayakan pesta demokrasi, yaitu pemilu 2019. Tahun 2019 dimaknai sebagai tahun politik di Indonesia sehingga berita dengan muatan politik mendapat banyak perhatian masyarakat selain juga berita dengan isu-isu sosial dan budaya. Sebagai sarana komunikasi, media massa sering dimanfaatkan untuk menyampaikan dukungan politik baik secara tersirat maupun tersurat (Nugrahani, F., 2017, p. 4).

2.2.2.4 Media & News Credibility Perception

Mudahnya akses dalam mendapatkan suatu informasi berita di media sosial dikarenakan cepatnya informasi yang tersedia di media sosial seperti Facebook dan Twitter. (Singh, B., & Sharma, D. K. (2022). Dengan berkembangnya berita online, terbentuknya konvergensi media pada konten media tampak memiliki keterkaitan pada persepsi media pada masyarakat (Kioussis, S., 2001, p.397). Mudahnya mendapatkan informasi berita yang sering ada di media sosial. Setiap informasi yang diberikan memiliki kualitas berita yang berbeda yang dapat mempengaruhi persepsi media masyarakat.

Berita juga memiliki kredibilitas yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Kredibilitas berita adalah informasi yang dapat dipercaya bagi masyarakat dan jika ditemukan informasi adanya suatu kesalahan, maka kesalahan tersebut tidak fatal dan banyak dengan tetap memperhatikan sumber informasi yang dapat dipertanggungjawabkan secara hukum (Abidin, Cindoswari dan Gea, 2017, p. 74).

Media online merupakan media yang sangat penting bagi mayoritas organisasi, banyak organisasi masih menghargai penyaluran informasi pada masyarakat. Dari itu menunjukkan

masih adanya hubungan media yang berlaku pada hubungan masyarakat, dan hubungan tersebut memiliki peran penting dalam membangun dan memelihara organisasi dan publiknya (Jo, S., 2005, p. 59).

Relasi media dengan masyarakat sangat penting dipertahankan karena hal tersebut dapat mempengaruhi kredibilitas media dan kepercayaan masyarakat pada media tersebut. Masyarakat muda lebih percaya dengan media berita seperti televisi dan internet daripada blog pribadi. Dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa profesionalisme dan nama baik pada sumber informasi dapat mempengaruhi persepsi kredibilitas informasi. Hal tersebut dikarenakan kemudahan akses berita dalam menemukan informasi yang kredibel dan memiliki karakteristik teknologi yang sama (Qing, Q., & Oyedeji, T., 2011).

2.2.2.5 Akurasi (*Accuracy*)

Akurasi adalah akurasi dalam pemberitaan adalah benar dalam memberi kesan umum, benar dalam sudut pandang pemberitaan yang dicapai lewat penyajian serta penekanan detail faktanya (Kusumaningrat, 2017).

2.2.2.6 Bias

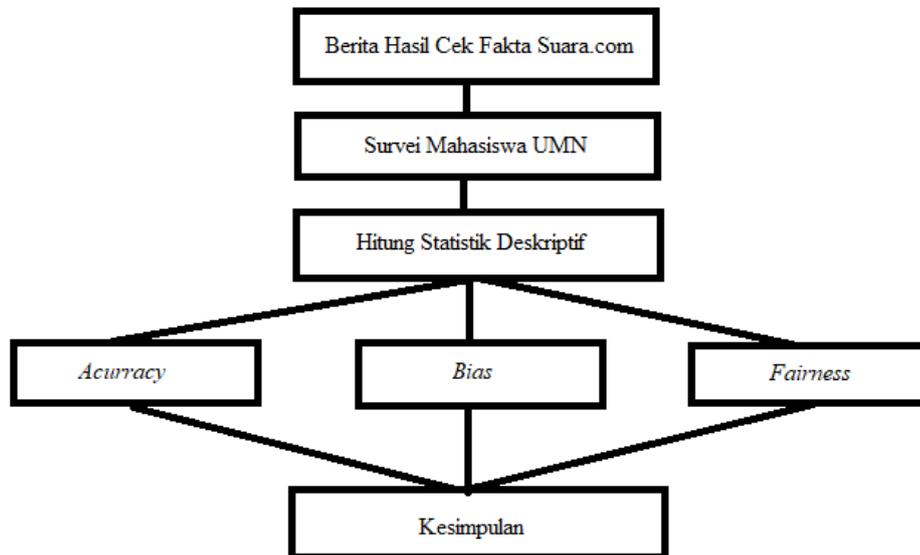
Bias adalah liputan media dimana jurnalis dapat menentukan atau memilih suatu peristiwa dan sumber yang diinginkan untuk dipublikasikan ke berita. Faktor yang mempengaruhi bias ini dikarenakan adanya ideologi dari media dan publik (Hamborg, Donnay & Gipp, 2019).

2.2.2.7 Fairness

Fairness pada umumnya adalah sebuah penerapan prinsip kesetaraan yang mempertimbangkan semua hak pemangku kepentingan dengan adil dan sesuai dengan kaidah peraturan undang-undang dasar (Dewi, 2020). Oleh karena itu, fairness pada media perlu dilindungi dikarenakan perkembangan teknologi pada saat ini dapat menciptakan gangguan atau halangan yang dapat mengancam keberlanjutan perusahaan media nasional dalam jangka panjang (Rohmana, dkk, 2023, p. 2672).

2.3 Alur Penelitian

Tabel 2.2 Alur penelitian



Sumber: Olahan Peneliti

