

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi memiliki dampak positif dalam ranah dunia jurnalistik. Namun, tidak hanya dampak positif saja yang muncul akibat perkembangan tersebut, dampak negatif pun menjadi tantangan terbesar dalam konteks cepatnya perkembangan teknologi dan informasi. Hal tersebut bisa memperbesar kemungkinan adanya disinformasi ataupun misinformasi dari suatu pemberitaan (Kaufhold, Valenzuela, & Zuniga, 2010).

Penyebaran hoaks, disinformasi, dan misinformasi melalui media sosial, internet, dan jejaring sosial tersebut juga berlangsung di Indonesia. Tim Mesin Pengais Konten Negatif (AIS) Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) melalui [apta.kominfo.go.id](http://apta.kominfo.go.id) (2023) telah mencatat bahwa terdapat 11.642 konten hoaks hingga Mei 2023. Keseluruhan konten hoaks tersebut telah terhitung sejak Agustus 2018 sampai dengan Mei 2023. Berdasarkan data penelusuran TIM AIS Kementerian Komunikasi dan Informatika, peningkatan konten hoaks pada periode Januari hingga Mei 2023 cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan periode Januari hingga Mei 2022.

Pada periode Januari hingga Mei 2023, terdapat empat kategori konten hoaks yang menjadi penyumbang hoaks terbesar dengan jumlah di atas 1.000, yakni kesehatan, pemerintahan, penipuan, dan politik. Konten hoaks kategori kesehatan menjadi yang paling banyak ditemukan dengan 2.287 item hoaks. Kemudian,

konten hoaks kategori pemerintahan menempati posisi kedua dengan 2.111 konten. Setelah itu, hoaks kategori penipuan menyusul dengan 1.938 item. Pada posisi terakhir, yakni konten hoaks kategori politik sebanyak 1.373 item.

Berdasarkan data-data yang sudah ditampilkan di atas, tingginya angka penyebaran hoaks memiliki risiko atau dampak buruk bagi masyarakat. Salah satu risiko atau dampak buruk tersebut dapat mengakibatkan keresahan dan kebingungan bagi masyarakat dalam mengonsumsi suatu pemberitaan (Silalahi, Bestari, & Saputra, 2017). Selain itu, dampak buruk dari tingginya angka penyebaran hoaks dalam suatu pemberitaan dapat mengakibatkan terpecah belahnya masyarakat dalam menyikapi suatu informasi. Secara singkatnya, yakni ketidakmerataannya pemahaman atau literasi masyarakat terkait suatu pemberitaan dapat berdampak luas dan berkelanjutan.

Sebagai contoh dari permasalahan ini, peneliti akan menjelaskan mengenai penyebaran hoaks terkait pandemi Covid-19. Selama masa pandemi Covid-19, terdapat beragam jenis misinformasi dan disinformasi. Jenis-jenis hoaks tersebut antara lain hoaks tentang langkah pencegahan Covid-19, hoaks mengenai obat-obat yang bisa digunakan dalam mencegah dan mengobati Covid-19, serta hoaks terkait kematian akibat terkena Covid-19. Tersebar luasnya pemberitaan hoaks terkait pandemi Covid-19 bisa mengakibatkan kesalahpahaman masyarakat terkait Covid-19 dan juga mampu memiliki risiko tinggi bagi kesehatan masyarakat atau untuk risiko paling tinggi dalam konteks ini bisa mengakibatkan kematian bagi masyarakat korban penyebaran hoaks.

Jika dikaitkan dengan data Tim Mesin Pengais Konten Negatif (AIS) Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) yang telah mencatat bahwa terdapat 11.642 konten hoaks hingga Mei 2023, urgensi dari penelitian ini adalah upaya membatasi penyebaran hoaks di Indonesia, yakni dengan menggali lebih dalam sebuah upaya aktif seperti penerapan *crowdsourcing* dan *user generated content*. Dengan melakukan upaya membatasi penyebaran hoaks di Indonesia, hal tersebut dapat mengurangi permasalahan-permasalahan yang beredar di masyarakat, baik dari kesalahpahaman masyarakat dalam mengonsumsi suatu pemberitaan hingga menyelamatkan masyarakat itu sendiri dari risiko terbesar yang bisa terjadi.

Melihat pemberitaan hoaks yang beredar sangat luas, hal ini dapat mengakibatkan keresahan dan kebingungan bagi masyarakat dalam mengonsumsi suatu pemberitaan (Silalahi, Bestari, & Saputra, 2017). Permasalahan tersebut memunculkan upaya aktif dari masyarakat untuk membatasi penyebaran berita hoaks di Indonesia. Penerapan urun daya (*crowdsourcing*) dan konten buatan pengguna (*user generated content*) merupakan salah satu bentuk upaya aktif dalam membatasi penyebaran hoaks di Indonesia.

Berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan beberapa bentuk nyata dari upaya aktif masyarakat dalam membatasi penyebaran hoaks di Indonesia. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya sejumlah forum dan komunitas di media sosial yang turut membantu dalam proses membantah hoaks (*debunking hoax*). Sejumlah forum dan komunitas tersebut adalah Forum Anti Fitnah, Hasut dan Hoax (FAFHH), Komunitas Masyarakat Anti Fitnah Indonesia

(Mafindo), Fanpage & Group Indonesian Hoax Buster, Fanpage Indonesian Hoaxes, dan Group Sekoci.

Partisipasi aktif masyarakat ini bersifat sukarela dan terbuka bagi semua golongan publik. Sejumlah contoh forum dan komunitas tersebut termasuk dalam *crowdsourcing*, yakni sebuah strategi yang menerapkan partisipasi masyarakat dalam gerakan sosial untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam hal ini, tujuan yang dimaksud adalah *debunking hoax*.

Howe (2008) menyebutkan bahwa *crowdsourcing* merupakan ajakan terbuka bagi siapa saja untuk berpartisipasi dalam melakukan pekerjaan di dunia maya. Pada penerapannya, konsep *crowdsourcing* ini nantinya melibatkan sumber daya manusia dengan beragam latar belakang. Hal yang menjadi fokus utama dari penerapan konsep ini adalah kontribusi dalam menemukan solusi dan memecahkan suatu permasalahan (Saidah, 2020).

Penelitian Saidah (2020) menyebutkan bahwa konsep *crowdsourcing* dan *user generated content* memiliki keterkaitan satu sama lain. Dengan ide ini, setiap orang dapat memiliki kesempatan untuk menghasilkan informasi. Hal tersebut menjelaskan mengenai keunggulan dalam penerapan *crowdsourcing* dan *user generated content*. Selain itu, pengumpulan informasi yang dapat didapatkan dari berbagai sumber juga menjadi keunggulan dari penerapan konsep ini.

Penerapan *crowdsourcing* dan *user generated content* dianggap memiliki masa depan dan potensi yang besar dalam konteks upaya membatasi penyebaran hoaks. Penelitian Silalahi, Bestari, & Saputra (2017) dan Saidah (2020) menunjukkan bahwa *crowdsourcing* dapat digunakan untuk mengumpulkan daya

manusia berdasarkan kecerdasan kolektif. Pada era digital seperti sekarang ini, konsep *crowdsourcing* dapat menjadi solusi untuk menjawab penyebaran berita hoaks secara bersama (Saidah, 2020).

Namun, untuk saat ini masih terdapat tantangan dalam penerapan *crowdsourcing* dan *user generated content* dalam membatasi pemberitaan hoaks. Tantangan tersebut dijelaskan dalam penelitian Silalahi, Bestari, & Saputra, (2017) yang berjudul “Karakteristik Strategi Crowdsourcing Untuk Membatasi Penyebaran Hoaks di Indonesia Studi Kasus Masyarakat Anti Fitnah Indonesia”. Penelitian ini menjelaskan bahwa hoaks merupakan masalah yang ada di tengah masyarakat. Oleh karena itu, dengan menerapkan konsep *crowdsourcing*, dapat meningkatkan literasi masyarakat dalam proses membantah hoaks. Dengan adanya partisipasi aktif dalam proses *crowdsourcing* tersebut, kesadaran masyarakat mengenai hoaks akan meningkat. Namun, di sisi lain terdapat tantangan yang masih terjadi mengenai penerapan *crowdsourcing*, yakni masih terbatasnya sumber daya manusia yang bertugas dalam membatasi hoaks tersebut. Selain itu, literasi masyarakat mengenai *debunking hoax* yang masih belum merata. Penelitian ini juga menyebutkan bahwa masih adanya kemungkinan para penyebar hoaks dapat mengganggu proses *debunking hoax*, dikarenakan sifat penerapan *crowdsourcing* yang cenderung terbuka. Jadi, hal ini dapat membuat siapa saja bisa mengganggu proses *debunking hoax*.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini akan membahas mengenai perspektif jurnalis atau media massa dalam pemanfaatan *crowdsourcing* dan *user generated content* dalam cek fakta di Indonesia. Peneliti melihat celah kebaruan

berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang membahas topik serupa, yakni masih belum adanya penelitian yang membahas mengenai perspektif jurnalis atau media massa dalam pemanfaatan *crowdsourcing* dan *user generated content* pada cek fakta di Indonesia.

Metode yang dipakai pada penelitian ini adalah kualitatif. Peneliti memilih metode ini karena ingin mendapatkan gambaran secara mendalam mengenai perspektif jurnalis atau media massa dalam pemanfaatan *crowdsourcing* dan *user generated content* dalam cek fakta di Indonesia. Sementara itu, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara. Ruang lingkup subjek penelitian dalam wawancara ini adalah media massa yang tergabung dalam gerakan cek fakta di Indonesia. Peneliti merencanakan akan menghadirkan tiga media nasional yang masuk dalam *International Fact Checking Network* (IFCN) dan Cek Fakta sebagai subjek penelitian dari wawancara ini. Tiga media nasional tersebut ialah Kompas.com, Tempo.co, dan Suara.com. Alasan peneliti memilih ruang lingkup subjek penelitian yang beragam dengan alasan untuk mendapatkan secara mendalam perspektif dan informasi dari media massa mengenai penerapan *crowdsourcing* dan *user generated content* dalam kegiatan cek fakta di Indonesia.

Peneliti mengharapkan nantinya penelitian ini bisa memberikan gambaran secara mendalam mengenai perspektif jurnalis atau media massa dalam penerapan *crowdsourcing* dan *user generated content* pada cek fakta di Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, peneliti ingin mengetahui secara mendalam mengenai bagaimana perspektif jurnalis atau media massa, khususnya

media nasional dalam pemanfaatan *crowdsourcing* dan *user generated content* dalam cek fakta di Indonesia.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka pertanyaan penelitian yang tersusun adalah sebagai berikut.

- a. Apakah media Kompas.com, Suara.com, dan Tempo.co telah mempertimbangkan memakai *crowdsourcing* dan *user generated content* untuk kegiatan cek fakta?
- b. Bagaimana Kompas.com, Suara.com, dan Tempo.co melihat penerapan *crowdsourcing* dan *user generated content* dalam kegiatan cek fakta?
- c. Bagaimana strategi media massa yang tergabung pada gerakan cek fakta dalam mengantisipasi penyebaran hoaks di Indonesia?

### 1.4 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah media Kompas.com, Suara.com, dan Tempo.co telah mempertimbangkan memakai *crowdsourcing* dan *user generated content* dalam kegiatan cek fakta.
- b. Untuk mengetahui perspektif media Kompas.com, Suara.com, dan Tempo.co dalam penerapan *crowdsourcing* dan *user generated content* pada kegiatan cek fakta.
- c. Untuk mengetahui strategi media massa yang tergabung pada gerakan cek fakta dalam mengantisipasi penyebaran hoaks di Indonesia.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan Akademis

Tujuan dari disusunnya penelitian ini diharapkan bisa berguna dalam menambah kajian mengenai topik penerapan *crowdsourcing* dan *user generated content* pada cek fakta di Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang membahas mengenai topik perspektif jurnalis atau media massa mengenai penerapan *crowdsourcing* dan *user generated content* dalam kegiatan cek fakta di Indonesia.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru kepada institusi media massa di Indonesia terkait topik penerapan *crowdsourcing* dan *user generated content* dalam cek fakta guna membatasi penyebaran hoaks.

c. Kegunaan Sosial

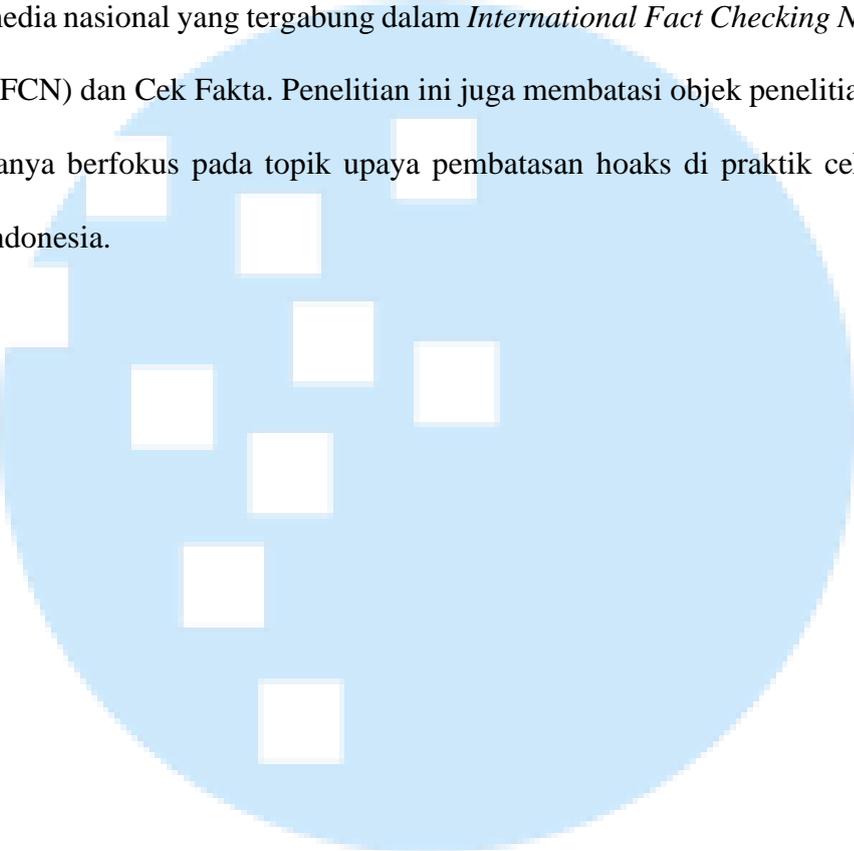
Dengan adanya penelitian ini, diharapkan kepada masyarakat dapat mengetahui lebih mendalam mengenai perspektif jurnalis atau media massa mengenai penerapan *crowdsourcing* dan *user generated content* dalam kegiatan cek fakta di Indonesia.

## 1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu hanya berfokus pada pembahasan berdasarkan sudut pandang media yang tergabung dalam gerakan cek fakta mengenai ranah penerapan *crowdsourcing* dan *user generated content* dalam ranah membatasi penyebaran hoaks di Indonesia.

Khususnya, pada penelitian ini hanya mengambil perpektif dari media-

media nasional yang tergabung dalam *International Fact Checking Network* (IFCN) dan Cek Fakta. Penelitian ini juga membatasi objek penelitian yang hanya berfokus pada topik upaya pembatasan hoaks di praktik cek fakta Indonesia.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA