

## BAB 2

### KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai cek fakta dan verifikasi informasi telah berkembang pesat seiring dengan meningkatnya ancaman hoaks yang dapat menyesatkan dan merugikan masyarakat. Oleh sebab itu, untuk mendukung penelitian ini peneliti merujuk pada beberapa studi terdahulu sebagai acuan dasar dalam melakukan penelitian. Diharapkan penelitian terdahulu ini dapat membantu peneliti dalam memilih teori, konsep, dan metode yang tepat.

Salah satu penelitian terdahulu terkait dengan cek fakta adalah *Who Uses Fact-Checking Sites? The Impact of Demographics, Political Antecedents, and Media Use on Fact-Checking Site Awareness, Attitudes, and Behavior* oleh Craig T, Rachel R, dan Esther Thorson (2020). Penelitian kuantitatif yang dilakukan di Amerika Serikat (AS) pada tahun 2017 tersebut melibatkan orang dewasa yang datanya diambil dari perusahaan Qualtrics. Studi tersebut mencoba untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kecenderungan seseorang untuk melakukan pengecekan fakta berdasarkan kesadaran, sikap, dan kebiasaan. Adapun penelitian ini dilakukan dalam konteks politik pasca pemilihan presiden Amerika Serikat 2016.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa minat politik dan ideologi individu berperan penting dalam kecenderungan mereka menggunakan situs pemeriksaan fakta. Kaum liberal, serta mereka yang sering mengonsumsi berita dari sumber-sumber liberal atau media arus utama, cenderung memiliki pandangan yang lebih positif terhadap situs pemeriksa fakta. Sebaliknya, kaum konservatif dan mereka yang lebih sering mengonsumsi berita dari sumber konservatif cenderung memiliki pandangan yang lebih negatif terhadap situs-situs tersebut. Selain itu, hasil penelitian menyatakan bahwa situs pengecekan fakta cenderung lebih dikenal

oleh individu dengan kategori pria, terpelajar, dan muda yang sudah terlibat (mengikuti) dunia politik dan beritanya.

Selain itu, penelitian lain yang berjudul *Why do Citizens Choose to Read Fact-Checks in the Context of the Russian War in Ukraine? The Role of Directional and Accuracy Motivations in Nineteen Democracies* oleh Marina Tulin, Michael Hameleers, dan Yannis Theocharis (2024) turut membahas terkait motivasi masyarakat awam dalam melakukan pengecekan fakta dalam konteks perang Rusia-Ukraina. Pengumpulan data sendiri dilakukan pada awal April hingga akhir Mei 2022 oleh perusahaan riset Kantar. Di dalamnya terdapat 19,307 orang dari sembilan belas negara yaitu Austria, Belgia, Brasil, Republik Ceko, Denmark, Prancis, Jerman, Yunani, Hongaria, Italia, Belanda, Polandia, Rumania, Serbia, Spanyol, Swedia, Swiss, Inggris, dan Amerika Serikat yang menjadi sampel penelitian. Rata-rata umur dari partisipan sendiri adalah 48.96 tahun dan 53 persen di antaranya adalah wanita.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan beberapa temuan menarik mengenai perilaku individu dalam melakukan pengecekan fakta. Pertama, individu yang meyakini bahwa sebuah berita benar justru lebih cenderung melakukan pengecekan fakta dibandingkan dengan mereka yang yakin bahwa berita tersebut salah. Hal tersebut menunjukkan bahwa keyakinan terhadap kebenaran informasi mendorong seseorang untuk memastikan lebih jauh kebenaran tersebut. Sebaliknya, individu yang percaya bahwa sebuah berita mengandung lebih banyak informasi palsu cenderung tidak melakukan pengecekan. Ini mungkin disebabkan oleh persepsi bahwa berita tersebut tidak layak untuk diperiksa karena sudah dianggap tidak dapat dipercaya secara keseluruhan. Namun, ketika individu merasa bahwa informasi palsu dalam berita tersebut dibuat secara sengaja untuk menyesatkan, mereka akan lebih terdorong untuk memeriksa fakta tersebut, mungkin karena adanya rasa tanggung jawab moral atau kebutuhan untuk melawan disinformasi.

Lebih lanjut, penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa motivasi utama untuk memeriksa fakta bukanlah dipengaruhi oleh keyakinan atau sikap ideologis individu. Meskipun hal tersebut mungkin dianggap sebagai faktor yang signifikan dalam konteks tertentu, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor lain, seperti ketidakpastian terkait isu perang atau kebutuhan yang lebih mendalam untuk memahami suatu masalah, memiliki pengaruh yang lebih besar. Terutama ketika isu-isu tersebut secara pribadi relevan bagi individu, mereka akan lebih mungkin untuk melakukan pengecekan fakta. Temuan ini menyoroiti bahwa motivasi seseorang untuk mencari kebenaran lebih didasarkan pada kebutuhan untuk memahami konteks yang lebih besar dan keinginan untuk memiliki pemahaman yang lebih jelas tentang isu-isu yang dihadapi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seseorang cenderung berani menantang keyakinan mereka sendiri, terutama jika mereka sangat yakin akan kebenarannya.

Masih terdapat banyak celah yang belum terjawab secara memadai, terutama dalam konteks perilaku mahasiswa di Jabodetabek dalam memanfaatkan platform cek fakta. Khususnya dalam situasi saat ini di mana ketidakpastian mengenai kebenaran informasi semakin meningkat, penting untuk memahami sejauh mana individu bersedia melakukan upaya kognitif untuk memverifikasi informasi. Memahami alasan mereka dalam memilih atau menghindari pengecekan fakta dapat membantu merancang pendekatan yang lebih efektif dalam menyampaikan informasi korektif, serta strategi untuk mengatasi hambatan mereka dalam melakukan pemeriksaan fakta.

Dengan demikian, penelitian ini berusaha untuk mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi secara spesifik faktor-faktor yang menghambat penggunaan platform cek fakta di kalangan mahasiswa di wilayah Jabodetabek.

## **2.2 Teori atau Konsep**

### **2.2.1 Cek Fakta**

Pengecekan fakta ada adalah penilaian yang dilakukan secara sistematis terhadap klaim yang dibuat oleh organisasi atau individu untuk

menilai kebenarannya dengan tujuan membantu seseorang membedakan antara fakta dan kebohongan (Walter, 2020). Sejalan dengan itu, Wardle (2018) turut menyatakan bahwa pengecekan fakta adalah proses untuk menilai kebenaran klaim yang telah muncul di ruang publik melalui berbagai bentuk media.

Knudsen et al. (2017) menjelaskan bahwa ada empat cara efektif untuk mengurangi penyebaran misinformasi. Pertama, hindari memberikan penjelasan atau argumen yang mendukung informasi yang salah, karena hal ini justru bisa memperkuat keyakinan pada informasi yang keliru. Kedua, penting untuk menjelaskan mengapa informasi tersebut salah. Tidak cukup hanya memberi label "salah" pada sebuah informasi; orang lebih mungkin mengubah pandangan mereka jika diberikan penjelasan yang mendetail tentang kesalahan tersebut. Ketiga, sajikan informasi baru yang dapat dipercaya. Memberikan informasi akurat dan kredibel dapat membantu orang memperbarui pemahaman mereka, sehingga mereka lebih cenderung menerima fakta yang benar. Selain itu, penggunaan video juga merupakan cara yang efektif untuk mengoreksi misinformasi. Dibandingkan dengan teks, video lebih mampu menarik perhatian dan meminimalisir kebingungan. Melalui kombinasi visual dan audio, video dapat menyajikan informasi dengan cara yang lebih jelas dan menarik sehingga penonton lebih mudah memahami koreksi terhadap kesalahpahaman.

Tidak berhenti di situ, Nyhan et al (2019) menyatakan bahwa ada empat pendekatan yang perlu dilakukan dalam melakukan pengecekan fakta yang efektif. Pertama, penggunaan sumber yang kredibel menjadi landasan kuat dalam mematahkan misinformasi. Sumber yang terpercaya membuat orang lebih mudah menerima koreksi terhadap informasi yang salah. Kedua, memberikan konteks yang tepat lebih efektif daripada hanya menyatakan bahwa informasi itu salah. Menyertakan konteks dapat membantu mengubah cara pandang seseorang terhadap isu yang sedang dibahas, dibandingkan hanya melabeli informasi sebagai salah atau tidak terbukti.

Ketiga, menantang identitas atau pandangan dunia pembaca justru bisa mengurangi efektivitas pengecekan fakta. Mengkritik keyakinan atau pandangan mereka dapat membuat mereka lebih defensif dan menolak koreksi. Terakhir, pengecekan fakta yang dilakukan sesegera mungkin setelah misinformasi tersebar akan jauh lebih efektif. Koreksi yang cepat mencegah penyebaran lebih lanjut dari informasi yang salah sebelum menjadi semakin meluas.

Penelitian lebih lanjut menunjukkan pentingnya pengecekan fakta dalam berbagai konteks. Misalnya, pengecekan fakta telah terbukti dapat memengaruhi keyakinan publik terhadap kebenaran klaim yang dibuat dalam iklan politik (Fridkin, 2015). Hal ini menunjukkan bahwa ketika masyarakat diberi informasi yang akurat, mereka lebih mungkin mengubah keyakinannya agar sesuai dengan fakta yang sebenarnya. Nyhan (2014) juga menyoroti bahwa pengecekan fakta dapat memberikan tekanan pada politisi untuk lebih berhati-hati dalam menyebarkan informasi karena dampak koreksi terhadap citra dan kredibilitas mereka. Selain itu, Rose (2020) menegaskan bahwa pengecekan fakta harus tetap menjadi bagian integral dari agenda pendidikan, baik di sekolah maupun universitas. Pendidikan yang menekankan pentingnya verifikasi dan analisis informasi kritis dapat menjadi langkah kunci dalam membangun masyarakat yang lebih kebal terhadap penyebaran berita palsu di masa depan.

### **2.2.2 Verifikasi Informasi**

Ada perbedaan penting antara istilah pengecekan fakta dan verifikasi. Verifikasi adalah proses memeriksa, memastikan, mengonfirmasi, dan menjamin kebenaran sesuatu (Janice, 2002). Proses verifikasi ini sendiri biasanya dilakukan sebelum atau selama publikasi dan umumnya dilakukan dengan penilaian validitas mulai dari gambar, video, dan teks yang beredar (Baharom et al, 2023).

Adapun Kovach dan Rosenstiel (2014) mendefinisikan verifikasi sebagai pembeda krusial antara jurnalisme dan jenis konten media lainnya seperti hiburan, propaganda, dan fiksi. Keduanya menyatakan bahwa esensi jurnalisme adalah pada disiplin verifikasi. Selain itu, mereka menyatakan bahwa perlu adanya metode yang konsisten dalam menguji kebenaran berita agar bias pribadi jurnalis tidak merusak akurasi informasi. Mereka menegaskan bahwa jurnalis tidak dapat sepenuhnya objektif saat mengambil keputusan, tetapi metode yang dilakukan bisalah objektif. Adapun metode yang disebutkan antara lain; mencari banyak saksi, mengungkapkan sebanyak mungkin fakta dari berbagai sumber, dan meminta komentar dari berbagai pihak.

Menurut Carvin (2010), media sosial telah membawa perubahan signifikan pada praktik jurnalisme terutama dalam hal verifikasi informasi. Di era digital saat ini, kolaborasi antara jurnalis dan publik menjadi sangat penting. Dalam pelaporan langsung, proses verifikasi kini menjadi usaha bersama antara jurnalis dan audiens di mana fakta-fakta menjadi lebih fleksibel dan dinamis (Hermida, 2015).

Meski sudah banyak platform verifikasi informasi, perlu bagi kita untuk mengetahui dan mengukur sejauh mana keinginan masyarakat terhadap verifikasi informasi itu sendiri (*intent to verify*). Saat ini warga cenderung memiliki berbagai bias kognitif yang membuat mereka kurang ideal sebagai pemeriksa informasi. Misalnya, mereka cenderung mempercayai informasi palsu jika mendukung pandangan mereka (Weeks & Garrett, 2014). Selain itu, verifikasi memerlukan upaya dan keterampilan yang tidak merata di antara warga (Edgerly, 2017). Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang kapan dan mengapa warga melakukan verifikasi.

Di tengah arus informasi digital yang cepat dan sering tidak dapat diandalkan, masyarakat tidak bisa lagi hanya bergantung pada jurnalis atau media untuk memastikan kebenaran sebuah berita. Mereka harus

mengambil peran aktif dalam memeriksa keaslian informasi yang diterima. Keyakinan bahwa terdapat begitu banyak informasi palsu di internet (Barthel et al, 2016) menuntut masyarakat untuk terus-menerus memverifikasi keaslian informasi yang mereka temui (Tandoc et al, 2017). Memberikan panduan langkah-langkah yang diperlukan untuk memverifikasi informasi menjadi salah satu strategi populer untuk melawan penyebaran berita palsu (Kiely & Robertson, 2016).

Pada akhirnya, verifikasi informasi bukan hanya tugas jurnalis, tetapi juga tanggung jawab bersama antara media dan audiens. Dengan keterlibatan aktif dari audiens, proses verifikasi menjadi lebih kolaboratif di mana audiens dapat membantu mendeteksi kesalahan atau ketidakakuratan yang mungkin terlewatkan (Guess, 2022). Ketika audiens memiliki pemahaman yang baik tentang bagaimana melakukan verifikasi mereka akan lebih mampu menilai kualitas informasi yang mereka terima dan berkontribusi dalam menjaga kredibilitas berita yang beredar. Hal ini menciptakan siklus informasi yang lebih sehat dan membangun kepercayaan yang lebih kuat antara media dan publik.

Ketika individu memiliki niat yang kuat untuk memeriksa keakuratan informasi sebelum mempercayai atau menyebarkannya, mereka lebih mungkin berpartisipasi dalam mencegah penyebaran berita palsu (Mourão, 2023). Keinginan untuk memverifikasi informasi sering kali didorong oleh kesadaran akan risiko misinformasi dan dampaknya pada masyarakat. Oleh karena itu, menumbuhkan kesadaran tentang pentingnya verifikasi di kalangan audiens khususnya generasi muda seperti Gen Z menjadi prioritas untuk memastikan ekosistem informasi yang sehat. Pada akhirnya, verifikasi informasi bukan hanya tugas jurnalis, tetapi juga tanggung jawab bersama antara media dan audiens Carvin (2010). Dengan keterlibatan aktif dari audiens, proses verifikasi menjadi lebih kolaboratif di mana audiens dapat membantu mendeteksi kesalahan atau ketidakakuratan yang mungkin terlewatkan. Carvin (2010) menyatakan ketika audiens

memiliki pemahaman yang baik tentang bagaimana melakukan verifikasi, mereka akan lebih mampu menilai kualitas informasi yang mereka terima dan berkontribusi dalam menjaga kredibilitas berita yang beredar. Hal ini menciptakan siklus informasi yang lebih sehat dan membangun kepercayaan yang lebih kuat antara media dan publik.

### **2.3 Hipotesis Penelitian**

Menurut Anuraga (2021) hipotesis adalah pernyataan atau pendapat sementara yang masih lemah atau kurang kebenarannya dan perlu dibuktikan. Artinya hipotesis merupakan dugaan yang sifatnya masih sementara. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, peneliti menggunakan hipotesis asosiatif. Sugiyono (2017, p.79) menyatakan bahwa hipotesis asosiatif berfungsi untuk menunjukkan dugaan terkait hubungan antara dua variabel atau lebih. Konteks penelitian ini akan melihat adakah pengaruh dari konsumsi berita cek fakta terhadap intent to verify mahasiswa di Jabodetabek.

Dalam hipotesis asosiatif, hipotesis nol ( $H_0$ ) menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Di lain sisi, hipotesis alternatif ( $H_a$ ) menyatakan bahwa ada hubungan antara variabel-variabel tersebut (Sugiyono, 2017). Berikut adalah hipotesis penelitian ini:

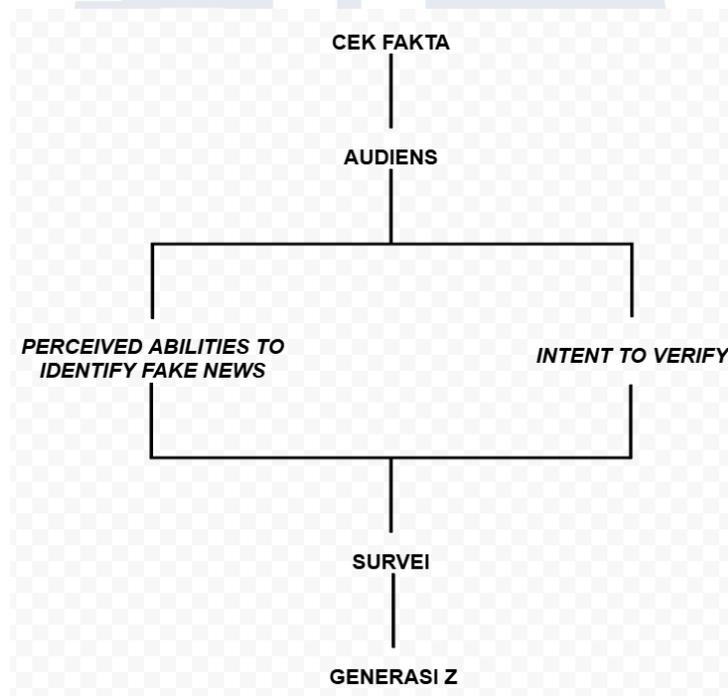
- Hipotesis Nol ( $H_0$ ): Tidak ada hubungan signifikan antara kemampuan seseorang dalam mengidentifikasi berita palsu dengan keinginan untuk memverifikasi pada mahasiswa Gen Z di Jabodetabek.
- Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ): Terdapat hubungan yang signifikan antara kemampuan seseorang mengidentifikasi berita palsu dengan keinginan untuk memverifikasi pada mahasiswa Gen Z di Jabodetabek.

### **2.4 Alur Penelitian**

Dalam penyusunan penelitian kuantitatif, terdapat langkah-langkah yang membantu kelancaran proses riset. Langkah pertama adalah menentukan topik

beserta latar belakangnya untuk merumuskan masalah, menyusun pertanyaan penelitian, menetapkan tujuan, dan memahami manfaat penelitian. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti dapat menggunakan teori dan konsep yang relevan untuk melakukan analisis mendalam dan menjawab rumusan masalah. Selanjutnya, metode penelitian dipilih sebagai panduan dalam pengumpulan dan analisis data. Untuk mengumpulkan data, peneliti melakukan survei pada responden yang sesuai dengan topik penelitian. Setelah itu, data dianalisis secara mendalam untuk menyusun pembahasan yang menghasilkan kesimpulan penelitian.

Tabel 2.1 Gambar Visualisasi Alur Penelitian



Sumber: olahan penulis