

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hasil survei APJI 2017 menunjukkan perilaku pengguna internet Indonesia sebanyak 87,13 persen menggunakan internet untuk mengakses media sosial sebagai gaya hidup. Sedangkan membaca berita hanya 50,48 persen. Media sosial yang paling banyak diakses adalah *Instagram* (databoks.com). Indonesia menduduki posisi ke-3 dari 10 negara dengan jumlah pengguna aktif instagram terbesar. Sedangkan pengguna *Facebook* di Indonesia berada diposisi ke-4 di dunia. (Kompas.com). Hal ini menunjukkan bahwa segala informasi yang kita terima dalam kehidupan sehari-hari sumbernya lebih banyak dari media sosial dibandingkan dari media massa.

Fenomena ini membuat kita menjadi kebanjiran informasi yang diterima dari sosial media tersebut. Sebagai contoh, telah beredar berita hoaks tentang akan ditutupnya Facebook dari Indonesia tanggal 24 April 2018. Facebook ditutup karena data satu juta pengguna Indonesia ikut bocor dalam skandal Cambridge Analytica (CA). Berita itu begitu viral di media sosial, khususnya di Facebook. Sebanyak 1.500 orang menyukai beritanya, 1.700 orang mengomentari dan 75.300 orang membagikan berita tersebut. (Kompas.com,19 April 2017).

Sedangkan setelah diverifikasi berita tersebut ternyata hoaks. Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) Rudiantara dalam berbagai kesempatan tidak pernah mengatakan akan memblokir Facebook. Melainkan, Rudiantara berkata Kementerian Kominfo tak segan memblokir Facebook, namun

harus sesuai prosedur agar langkahnya tak gegabah. Satu-satunya pernyataan tegas Rudiantara soal blokir Facebook adalah, jika ditemukan bukti bahwa Facebook dipakai sebagai sarana menghasut. (Kompas.com)

Sebanyak 92,40% berita hoaks disebarakan melalui media sosial. Kemudian saat terjadi berita hoaks sebanyak 30, 90% masyarakat melakukan klarifikasi di media sosial dan 29,10% melakukan klarifikasi di media massa (Tv, radio, koran). (Hasil Survei Mastel Tentang Wabah Hoaks Nasional 2017). Maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat saat ini lebih percaya informasi yang beredar di media sosial dibandingkan di media massa

Media sosial merupakan sarana efektif dan efisien dalam menyampaikan suatu informasi kepada pihak lain. Seperti yang dikatakan Howard dan Parks dalam jurnal Perilaku Pengguna dan Informasi Hoaks di Media Sosial. Media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu : Infrastruktur informasi, alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media (Rahadi, 2017). Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital. Kemudian yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri.

Kehadiran media sosial membuat seseorang menjadi produsen informasi selama ia memiliki outlet media untuk menyebarkan informasi. Kini media bukan lagi satu-satunya informasi. Internet membuat siapapun yang ada di dalamnya memiliki akses terhadap penyebaran informasi. Kebanjiran informasi saat ini

terjadi ketika media dan jurnalisme bukan lagi pelaku tunggal dalam lalu-lintas informasi. (Jurnal AJI Internet, Media Online, dan Demokrasi di Indonesia, 24)

Kovach dan Rosenstiel (2012) menyebut kebenaran informasi di era digital ini *blur*, tidak jelas. Perubahan terbesar dari jurnalisme di era digital adalah ketika porsi tanggungjawab atas benar dan tidak, tidak lagi berada di tangan media, juga di tangan individu. Oleh karena itu, individu perlu mengasah keterampilan untuk melakukan verifikasi atas beragam informasi yang disajikan media (Kovach & Rosenstiel, 2012, 38). Dalam kode etik jurnalistik undang-undang pers nomor 40 pasal 3 menyatakan bahwa “Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.” Pasal ini ditafsirkan bahwa wartawan menguji informasi berarti melakukan check and recheck tentang kebenaran informasi itu. Dewan Pers bersama organisasi pers, pengelola media siber, dan masyarakat menyusun Pedoman Pemberitaan Media Siber yaitu verifikasi dan keberimbangan berita. Pada prinsipnya setiap berita harus melalui verifikasi.

Andreas Harsono dalam buku agama saya adalah jurnalisme mengatakan esensi jurnalisme adalah verifikasi, semua keterangan harus disaring. Oleh sebab itu, carilah kebenarannya. (Harsono, Andreas, 2001.80). Berbagai cara telah dilakukan pemerintah untuk melawan penyebaran berita hoaks seperti Undang-undang pers nomor 40 tahun 1999 dan pedoman siber pada media *online*. Kementerian Komunikasi dan Informasi juga menyediakan pengaduan konten negatif dan memblokir 6.000 Situs Hoaks sejak januari sampai juli 2017.

(Kominfo,2017) Namun hingga saat ini hampir setiap hari berita hoaks masih terus terjadi baik di media sosial maupun media *online*.

Hoaks sudah menjadi konsumsi masyarakat umum sehingga jika dibiarkan dapat menyebabkan kekacauan dalam membentuk opini dari berita yang kita terima dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu dampak dari berita hoaks adalah mengganggu kerukunan masyarakat serta menghambat pembangunan pemerintah. Dari banyaknya sumber informasi saat ini, masyarakat diharapkan *skeptical knowing*(cara skeptis untuk tahu) disiplin dalam menyelia informasi. Tetapi media juga seharusnya turut serta dalam menjernihkan informasi yang beredar.

Kompas.com hadir membuat terobosan baru untuk menanggulangi peredaran pemberitaan hoaks. Kompas.com secara reguler menjadi bagian dari media massa berusahaverifikasi dan validasi setiap berita hoaks atau fakta yang beredar di masyarakat. Kerja jurnalistik Kompas.com secara otomatis menempatkan diri sebagai *fact-checker* dari setiap simpang-siur berita yang ada. Namun, upaya secara reguler untuk mulai mengikuti berbagai isu yang bergulir di masyarakat maupun di media sosial, dilakukan sejak tahun 2016, dengan pembuatan Topik Pilihan di Kompas.com yaitu "Hoaks atau Fakta"

Pada abad ke-21, akses terhadap informasi telah mencapai puncak baru, kini ribuan bit informasi mengalir melalui dunia maya dalam hitungan nanodetik dan warga terpencil dunia pun tak ketinggalan dengan informasi terbaru. Kompas.com menggiring berita hoaks yang beredar di media sosial ke media *online* agar masyarakat dapat melihat informasi yang benar dan yang salah.

Kompas.com langsung melakukan verifikasi berita yang beredar apakah berita tersebut hoaks atau fakta. Kompas.com tidak menunggu masyarakat untuk melakukan literasi media. Tetapi Kompas.com langsung meluruskan pemberitaan yang viral di media sosial ke medianya.

Menariknya fenomena pemberitaan hoaks ini hampir setiap hari selalu terjadi di media sosial. Sehingga Kompas.com sebagai pelopor rubrik “Hoax atau Fakta” membuat berita yang sedang *trending* topik di media sosial kemudian dipindahkan ke Kompas.com untuk diverifikasi beritanya. Sehingga berita tersebut menjadi menarik untuk terus diketahui masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Kominfo menyatakan dari 1 Januari sampai dengan 18 September 2017 terdapat berita hoaks sebanyak 6.973 aduan. Untuk melawan pemberitaan hoaks yang beredar pemerintah telah membuat Undang-Undang Pers nomor 40 tahun 1999 tentang Kode Etik Jurnalistik dalam membuat berita, pedoman siber media *online* bahwa setiap berita harus melalui verifikasi. Serta Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) pasal 28 ayat 1 yang berisi “Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.”

Di tengah banjir informasi saat ini, verifikasi dalam berita menjadi syarat utama dalam menyebarkan kebenaran. Media massa sudah seharusnya ikut menjernihkan informasi yang beredar di media sosial agar masyarakat dapat

melihat kebenaran informasi tersebut. Melalui verifikasi, media massa mengiring masyarakat agar masyarakat tidak mudah terpengaruh oleh berita hoaks. Kecepatan media sosial menyebarkan berita hoaks menjadi tantangan bagi media massa untuk ikut menyebarkan berita yang sudah diverifikasi kebenarannya. Sudah menjadi tugas dan tanggung jawab media untuk membuat, menulis dan menyebarkan berita yang sudah diverifikasi kebenarannya.

Berdasarkan identifikasi yang peneliti paparkan di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Kompas.com melakukan proses verifikasi berita di rubrik “hoax atau fakta” ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana media Kompas.com melakukan verifikasi pemberitaan hoaks atau fakta yang telah beredar di media sosial.

D. Manfaat Penelitian

Akademis

Adanya penelitian ini, diharapkan agar dapat menambah kekayaan ilmu pengetahuan khususnya di dalam konsentrasi Jurnalistik Media untuk mengetahui proses verifikasi berita hoaks di media sosial.

Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini adalah diharapkan dapat memberi masukan yang berarti bagi pekerja jurnalis atau wartawan untuk selalu melakukan verifikasi berita. Karena saat ini siapapun bisa menulis berita hoaks.

Sosial

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat agar masyarakat mempercayai berita yang sudah diverifikasi oleh media massa bukan berita hoaks yang beredar di media sosial.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini akan dijabarkan di dalam lima bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan uraian dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Merupakan uraian dari landasan teori, kerangka teoritis dan kerangka berpikir yang digunakan untuk menganalisis masalah penelitian sehingga peneliti mendapatkan jawaban dari permasalahan penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Merupakan penjelasan dari metode-metode yang digunakan dalam penelitian, yakni pendekatan penelitian, metode penelitian, metode pengambilan informan, sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, teknik interpretasi data dan keabsahan data.

BAB IV : PEMBAHASAN

Merupakan penyajian gambaran tentang subjek penelitian, pemaparan hasil penelitian berupa penyajian data-data seleksi, dan interpretasi pokok-pokok temuan penelitian dengan mempergunakan kerangka teoritis.

BAB V : PENUTUP

Merupakan kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan saran-saran, yang terdiri dari : saran akademik, saran praktis, dan saran sosial.