

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era digital seperti sekarang ini, Indonesia memiliki banyak sekali berita bohong dan kejadian yang biasa disebut dengan hoaks. Awalnya penyebaran berita palsu menjadi perhatian besar bagi masyarakat Indonesia yang telah dipengaruhi oleh banyak partai politik dan berbagai kepentingan lainnya. Selain kemajuan teknologi, masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi dari berbagai aplikasi media sosial seperti *Instagram*, *Facebook* dan *WhatsApp*. Namun pihak yang tidak bertanggung jawab cenderung memanfaatkan situasi tersebut dengan menyebarkan berita bohong. Dalam konteks inovasi teknologi informasi, media sosial memberikan ruang untuk mengungkapkan pendapat dan ide yang sebelumnya tidak tersalurkan karena terbatasnya ruang untuk mengungkapkan pendapat. Media sosial juga telah menjadi media baru bagi masyarakat dunia dalam beberapa tahun terakhir.

Dalam setahun terakhir, istilah hoaks atau berita palsu semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia. Pasalnya, banyak pemberitaan bohong, terutama terkait sentimen agama dan politik, telah menyebar ke berbagai media di Indonesia. Pada tahun 2021, sebanyak 565,49 pesan penipuan tersebar di media sosial berdasarkan data survei yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo RI) Republik Indonesia. Penyebaran hoaks meliputi kategori kebijakan sosial, SARA, kesehatan, hingga tentang virus COVID-19 (Kominfo 2022).

Setiap harinya 44,30 persen dari 1.116 orang mendapatkan berita hoaks, dan 17,20 persen mendapatkan berita hoaks lebih dari satu kali dalam satu hari (<https://mastel.id/hasil-survey-wabah-hoax-nasional-2019/> diakses pada 06 Februari 2022). Dengan mengutamakan objektivitas, masyarakat menganggap apa yang dihadirkan sebagai sesuatu yang nyata. Padahal selalu

ada subjek dalam pemberitaan dari sudut pandang jurnalistik. Sehingga berita yang menyajikan suatu peristiwa tidak sesuai dengan kenyataan atau kebenarannya. Sehingga, realitas sosial dianggap sebagai “fakta” terlepas dari benar atau tidaknya isi berita tersebut. Karena diyakini bahwa orang sangat dipengaruhi oleh pesan media karena media sangat berpengaruh dalam membentuk opini publik (Christine 2018, 2).

Kehadiran media merupakan sumber utama informasi yang cepat dan akurat yang dapat mempengaruhi stabilitas kehidupan sosial yang dirasakan oleh publik di berbagai lapisan masyarakat. Terutama media sosial yang merupakan bagian dari media baru untuk era global saat ini yang sangat mudah digunakan. Segala aspek politik, ekonomi, hukum, kesehatan, jaminan sosial, pertahanan bahkan pendidikan jarang luput dari perhatian media, baik lokal maupun nasional.

Berita hoaks yang terdapat di media sosial dapat memengaruhi banyak orang dengan merusak citra dan kredibilitas (Chen et al, 2014). Hoaks dapat mencoba menyesatkan pembaca dengan informasi yang salah dan memungkinkan pembaca untuk bertindak berdasarkan konten penipuan. Sebagai pesan informasi palsu itu menyesatkan dan juga dapat menakutkan orang yang menerimanya. Oleh karena itu, hoaks perlu divalidasi, diidentifikasi dan diklasifikasikan (Petkovic et al, 2005).

Revolusi teknologi di bidang informasi dan komunikasi yang cenderung cepat memberikan peluang besar bagi penyebaran informasi tanpa batas ke media baru. Perkembangan ini erat kaitannya dengan kemudahan akses internet. Internet telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat di era digital, yang berperan penting di era komunikasi saat ini, dan banyak pengguna media baru yang terus-menerus memperbarui data tentang evolusi informasi. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dianggap sebagai paradigma baru yang mengubah pandangan kita secara keseluruhan terhadap berbagai permasalahan dan permasalahan yang ada.

Media sosial dapat memengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan pesan di baliknya, yang tidak pernah bertindak berbeda (Alex 2009, 127). Keberadaan media massa seperti televisi memengaruhi cara kita berpikir dan bereaksi terhadap dunia. Sementara media bekerja dengan cara yang berbeda untuk masyarakat, tidak semua khalayak terpengaruh tetapi berinteraksi dengan media dengan cara tertentu (Stephen 2009, 410).

Sebuah survei tahun 2020 oleh Katadata *Insight Center* (KIC) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menemukan bahwa setidaknya 30% hingga hampir 60% masyarakat Indonesia terpapar penipuan saat mengakses dan berkomunikasi di dunia maya. Di sisi lain, hanya 21% hingga 36% yang dapat mendeteksi penipuan. Sebagian besar trik yang ditemukan berkaitan dengan masalah politik, kesehatan, dan agama. Responden adalah keluarga berusia antara 13 dan 70 tahun dan telah mengakses Internet dalam 3 bulan terakhir. Tak kalah menarik, survei menunjukkan bahwa indeks literasi digital di Indonesia bagian tengah dan timur lebih baik daripada di Indonesia bagian barat, yang meliputi Jawa dan Sumatera. Skor Indeks Literasi Digital dikaitkan dengan kemampuan mendeteksi penipuan, usia lebih muda, pendidikan tinggi, jenis kelamin laki-laki, tinggal di luar Jawa, dan penggunaan internet yang lebih sedikit.

Dengan adanya penyebaran informasi palsu dan hoaks di media sosial tentunya terdapat dampak negatif. Hoaks juga bisa menyebar dalam skala besar dan cepat. Penyebarannya sering diimbangi dengan ujaran kebencian yang berlebihan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memberikan informasi dan fakta yang akurat adalah dengan menayangkan program-program baru di televisi untuk memerangi berita bohong. Melalui program tersebut berita tersebut akan terungkap, apakah fakta atau sekedar rumor.

Seseorang juga lebih mungkin memercayai berita meskipun termasuk dalam kategori hoaks jika informasi tersebut sesuai dengan sudut pandangnya atau keyakinannya. Orang tersebut juga cenderung tidak peduli

pada kebenaran informasi dan mudah baginya dalam menyebarluaskan. Selain itu, jika tidak memiliki pengetahuan untuk cek dan memeriksa ulang informasi, pun kurang dalam menggunakan internet.

Hal tersebut menjadi bukti keberhasilan sebuah teknologi yang menggunakan internet sebagai media informasi. Media online yang mudah diakses, cepat dan hanya menggunakan internet membuat masyarakat merasa nyaman dan mengandalkan media online untuk mendapatkan informasi. Dalam sejarahnya, media telah mengalami tiga kali perubahan. Yang pertama adalah media cetak (*print media*) dan yang kedua adalah media elektronik (*electronic media*). Dan sekarang kita, generasi ketiga, sedang menikmati era media online (Asep 2018, 52).

Pemerintah telah mengambil beberapa langkah untuk mencegah dan membatasi penyebaran berita hoaks, seperti mengesahkan undang-undang yang mengatur tentang hoaks. Selain undang-undang tersebut, pemerintah juga telah memblokir ribuan situs dan akun media sosial yang menyebarkan hoax dan berkolaborasi dengan Dewan Pers dan pihak *Facebook*. Pemerintah bahkan telah membuat *website* resmi bagi pengguna internet untuk mengklarifikasi berita hoaks, yaitu [turnbackhoax.id](http://turnbackhoax.id). Namun kenyataannya, upaya pemerintah belum menghentikan orang-orang yang tidak bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat di internet, terutama di media sosial.

Proses dan tahap dalam melakukan berita hoaks masih menjadi tantangan bagi Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Oleh karena itu, diperlukan kerja bersama yang solid dengan sebuah Lembaga Penyiaran Publik dalam mengatasi hal tersebut. Kominfo mempunyai yang namanya “Indeks Berita Hoaks” untuk mengumpulkan berbagai berita hoaks yang beredar di media sosial. Kompilasi berita hoaks tersebut hanya dapat diakses oleh lembaga resmi yang bekerja sama oleh Kominfo.

Motif utama di balik penyebaran berita palsu adalah untuk menyebabkan kekacauan dengan sengaja atau tidak sengaja untuk kesenangan belaka. Namun, yang tidak diketahui oleh pembuat berita palsu adalah ada penyebab di balik penyebaran berita palsu. Modifikasi ini digunakan untuk mengurangi semaksimal mungkin dampak dari trik berbahaya. Karena Oleh karena itu, perlu dilakukan program siaran yang mengedukasi kepada masyarakat agar memahami teks-teks hoaks dan akibat hukum.

Dilansir pada situs Kemenparekraf tahun 2020 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) disebutkan Indonesia saat ini memiliki sepuluh saluran TV swasta, satu saluran TV publik yaitu TVRI (Televisi Republik Indonesia), dan berbagai layanan TV berbayar (kabel). Di era otonomi daerah, berbagai saluran televisi lokal mulai bermunculan, dan perkembangannya tidak berhenti sampai di situ. Namun, munculnya berbagai jenis saluran TV tidak serta merta membuat TVRI dilupakan oleh masyarakat umum. Hal ini terlihat dari kemunculan berbagai jenis acara di TVRI. Tayangan ini semakin beragam dan konsisten mengembangkan visi dan misinya sebagai saluran TV di Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Dunia pertelevisian di Indonesia semakin berkembang dengan banyaknya berbagai saluran televisi mulai dari tingkat daerah hingga nasional, berlomba-lomba menempati ruang publik. Di saat lembaga penyiaran komersial berlomba-lomba meningkatkan rating melalui program yang beragam dan kreatif, Televisi Republik Indonesia sebagai televisi nasional atau televisi netral (TVRI) yang artinya konsisten mendidik dan mencerdaskan kebutuhan masyarakat tanpa kepentingan komersial (Tentang TVRI, diakses 07 Februari, <https://tvri.go.id/about>). TVRI adalah badan penyiaran publik yang dibentuk sebagai badan hukum yang didirikan oleh pemerintah berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran.

Upaya TVRI di dunia pertelevisian dalam memberikan layanan publik merupakan salah satu kriteria penilaian keberadaan TVRI yang telah bermanfaat dalam memenuhi perannya sebagai televisi negara (publik). Status hukumnya sebagai LPP (Lembaga Penyiaran Publik) merupakan pedoman yang keberadaannya harus dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Televisi (TV) dinikmati oleh masyarakat dan berpengaruh besar terhadap sikap dan perilaku khalayaknya. Televisi dapat memberikan dampak positif dan negatif melalui program-program yang disajikan oleh berbagai stasiun televisi yang memberikan informasi dan berita langsung kepada khalayak. Semua berita adalah informasi, tetapi tidak semua informasi adalah berita, karena berita adalah informasi yang memiliki nilai berita yang telah diolah menurut aturan pers yang berlaku dan disajikan kepada publik melalui media massa berkala, baik cetak maupun elektronik.

Kemajuan media massa telah menciptakan banyak stasiun televisi yang menawarkan berbagai program acara. Menyajikan informasi secara jelas dan transparan dengan harapan masyarakat benar-benar memahami keadaan yang sebenarnya. Dari semua program TV yang ditayangkan, tidak semua program tersebut memiliki manfaat yang baik bagi publik.

Dengan cara ini, TVRI diharapkan dapat mempromosikan kebebasan berekspresi dan menyediakan wadah untuk dialog interaktif, mengatasi pandangan publik yang beragam, dan mendorong partisipasi publik dalam transmisi ide konten tanpa mengesampingkan bias kepentingan. Sebagai seorang komunikator harus memiliki pemahaman yang baik tentang kerangka pengalaman dan kerangka acuan target khalayak untuk menciptakan minat yang sama. TVRI, dengan visi meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, negara dan hubungan internasional, serta misi untuk menjadi forum diskusi, ekspresi dan pelayanan terhadap kebutuhan publik, memiliki perilaku lain yang merupakan pengakuan penting dari manajemen. dan mengevaluasi target khalayak sebagai audiens atau partisipan aktif.

Melalui data dari Kementerian dan Komunikasi Informatika Republik Indonesia (Kominfo RI), TVRI memperoleh informasi-informasi hoaks yang kemudian akan divalidasi melalui program acara “Anti Hoaks!”. Dengan demikian, Kominfo berharap TVRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik dapat menjadi sumber validasi berita hoaks terhadap khalayaknya (A. Dhanu, komunikasi pribadi, 2 Februari 2022).

Program acara “Anti Hoaks!” TVRI merupakan bagian program berita Klik Indonesia Siang. “Anti Hoaks!” ditayangkan setiap hari Rabu pada rentang pukul 12.15 - 12.45. Mengingat saat ini pemberitaan bohong atau palsu (hoaks) menjadi fokus perhatian banyak kalangan, maka Kominfo menunjuk tim redaksional TVRI untuk membuat program acara tersebut (A. Dhanu, komunikasi pribadi, 2 Februari 2022).

Dalam tayangannya, program acara “Anti Hoaks!” ini dikemas dalam bentuk penyajian fakta dan realitas yang ada di tengah-tengah masyarakat. Seperti yang diketahui, masyarakat akan selalu mendapatkan kabar dan informasi dari berbagai sumber dalam setiap harinya. Program acara “Anti Hoaks!” ini hadir untuk meluruskan kabar-kabar bohong tersebut. Informasi aktual yang disajikan adalah realitas kehidupan di tengah-tengah masyarakat seperti berita dunia kesehatan, teknologi, hingga terkait COVID-19 dan berbagai kategori berita lainnya. Dengan begitu, sebuah kabar akan terungkap apakah hal tersebut fakta atau hanya sekedar rumor belaka (A. Dhanu, komunikasi pribadi, 2 Februari 2022).



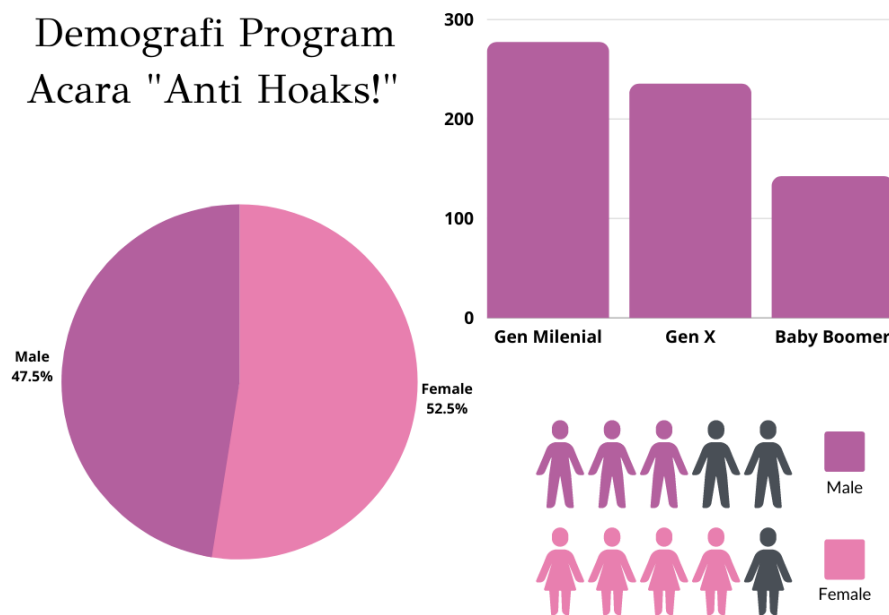
Gambar 1.1: Cover Siaran Program Acara “Anti Hoaks!”

Sumber: Redaksi TVRI (2021)

Program acara “Anti Hoaks!” pertama kali ditayangkan pada 16 Juni 2021 yang mempunyai target khalayak umur 22-40 tahun. Dari *range* umur tersebut dapat dikatakan target khalayaknya merupakan generasi milenial yang lahir pada tahun 1981-2000. Data yang peneliti terima dari Pusat Penelitian dan Pengembangan LPP TVRI (2022) bahwa terdapat kurang lebih 277 generasi milenial yang menonton program acara “Anti Hoaks!” tiap hari nya. Selanjutnya untuk generasi X (41 - 56 tahun) sebanyak 235 dan generasi *Baby Boomer* (57 - 75 tahun) terdapat 147 yang menonton program acara “Anti Hoaks!”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa khalayaknya didominasi oleh generasi milenial.



## Demografi Program Acara "Anti Hoaks!"



Sumber: Pusat Penelitian dan Pengembangan LPP TVRI (2022)

Gambar 1.2: Demografi Program Acara "Anti Hoaks!"

Sumber: Puslitbang LPP TVRI 2022

Dari data di atas juga menunjukkan bahwa demografi *gender* pada program acara "Anti Hoaks!" didominasi oleh perempuan, yakni rata-rata tiap bulannya bertambah sebanyak 105, sedangkan jumlah pada laki-laki sebanyak 95.

Tujuan melakukan validasi berita hoaks adalah untuk memberikan informasi penting dan mengurangi klaim palsu yang dibuat oleh pihak tertentu. Oleh karena itu, validasi berita hoaks secara umum menitikberatkan pada pengembangan jurnalisme menggabungkan teknologi di bidang hubungan manusia-mesin. Jika ini diterapkan untuk mencapai tujuan mengurangi penyebaran klaim palsu, hal ini dilakukan dengan memberikan bukti dalam cerita yang tersedia dari organisasi media atau aplikasi pengecekan fakta. Demikian pula berusaha untuk memperbaiki informasi yang salah dengan menghubungkan informasi yang benar melalui *hyperlink*, video, infografis, elemen. Dengan tujuan ini, peran teknologi dalam mesin digital efektif dalam mendukung kinerja validasi berita hoaks.

*Website* resmi TVRI menyebutkan bahwa pada tahun 2021, TVRI telah memantapkan diri sebagai media pemersatu bangsa yang berkualitas di tanah air dengan menempati peringkat 5 besar dari total 8 kategori penelitian dalam Riset Indeks Kualitas Televisi Periode 1 yang diselenggarakan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).

Penelitian yang melibatkan sejumlah besar informan ahli tersebut mencakup 12 kota di Indonesia, dengan 56% responden perempuan dan 46% peserta laki-laki merupakan lulusan Strata 1 sampai Strata 3 dengan latar belakang pendidikan. Delapan kategori yang dipelajari adalah pariwisata, program budaya, agama, anak-anak, berita, *talk show*, *variety show*, informasi hiburan, dan serial TV. TVRI menempati peringkat pertama untuk kategori berita dengan indeks 3,52 (tvri.go.id 2022).

Laporan Statista Indonesia menunjukkan bahwa mayoritas pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2020 berusia antara 25 hingga 34 tahun. Secara rinci, pengguna pria dan wanita masing-masing sebanyak 20,6% persen dan 14,8%. Kemudian dari segi rentang umur lainnya terdapat dari pengguna yang berusia antara 18 hingga 24 tahun. Secara rinci, pengguna pria dan wanita masing-masing sebanyak 16,1% dan 14,2% (Databoks 2021).

Penyebar berita hoaks tidak terkait dengan latar belakang yang seperti pendidikan, gender, atau perspektif politik tertentu. Penyebab sebenarnya adalah dari usia yang alasan utama penyebaran penipuan. Sebuah survei terhadap 3.500 responden pengguna Facebook menemukan bahwa 11% pengguna berusia 65 tahun ke atas yang sering membagikan berita hoaks. Hasil riset tersebut menunjukkan ketidakmampuan orang tua untuk mengontrol prinsip-prinsip yang mereka yakini. Orang yang lebih tua lebih mungkin untuk percaya dan berbagi berita yang mereka baca. Dua teori muncul dalam penelitian ini: (1) Orang tua yang menggunakan Internet kurang mahir dalam membaca dan pekerjaan digital daripada orang muda; (2) Jika tidak, mereka akan mengalami penurunan mental seiring

bertambahnya usia agar lebih mudah memercayai apa yang mereka lihat (Diah, Eko, & Zita 2021, 173).

Ketatnya persaingan dalam industri penyiaran menuntut TVRI untuk mengembangkan kreativitas dan kualitas siaran untuk mempertahankan pemirsa. Tidak ada televisi yang dapat bertahan tanpa pemirsanya. Hubungan antara pemirsa dan televisi sangat kuat. Jika program acara di sebuah stasiun TV memiliki cukup banyak khalayak, selain pengiklan yang akan banyak berdatangan namun tujuannya pun dapat dikatakan sukses tersampaikan kepada khalayak itu sendiri. Jika TV dapat memenuhi kebutuhan khalayak, hubungan yang kuat dapat terjalin, tetapi jika TV tidak dapat memenuhi kebutuhan pemirsa, pemirsa dapat memindahkan saluran ke TV lain (Perebinosof & Gross 2005, 134).

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) telah mengambil langkah untuk mencegah dan menghilangkan penyebaran berita hoaks di media sosial. Kominfo yang telah menunjuk badan independen untuk melakukan validasi berita hoaks adalah salah satu langkah yang tepat. Dengan adanya badan independen maka terciptanya literasi *digital* seperti program siaran yang melakukan validasi berita hoaks dan terakses ke seluruh masyarakat di Indonesia dan tersedia untuk setiap lembaga pemerintah pusat daerah. Badan independen tersebut adalah TVRI dan dengan status hukumnya sebagai Lembaga Penyiaran Publik.

Masyarakat berhak atas informasi yang valid atau benar, dan terlindungi dari berita hoaks melalui TVRI yang visinya melakukan perlindungan publik. Karena dengan banyaknya berita hoaks yang beredar dan tak terbandung di media sosial, dapat menimbulkan perpecahan antar individu jika tidak diberikan program literasi yang instruksional seperti program acara “Anti Hoaks!”. Ini sejalan dengan konsep media massa yang berupaya ikut bertanggung jawab menjawab berbagai hoaks yang berseliweran di media sosial. Sesuai dengan fungsinya, pada Juni 2021 TVRI memproduksi program acara “Anti Hoaks!” untuk memvalidasi berita

hoaks guna mengurangi semaksimal mungkin berita bohong dan mendukung konten-konten positif bagi masyarakat di media sosial.

Meledaknya jurnalisme cek fakta dan validasi berita hoaks sebuah konsep yang sudah dibuat oleh InFORSNET pada tahun 2019. Semua organisasi dan lembaga pastinya mempunyai dan memilih sendiri instrumen atau alat pengecek fakta yang terbaik.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan tersebut, maka penelitian ini akan menggali secara mendalam mengenai proses validasi berita hoaks melalui program acara “anti hoaks!” di TVRI.

## 1.2 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu akan menjadi referensi bagi peneliti yang kemudian akan memunculkan ide inspirasi baru guna melanjutkan penelitian sebelumnya. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Kajian penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang berjudul *“Identifikasi Proses Verifikasi Berita Dalam Rubrik Hoax Atau Fakta di Kompas.com”* oleh Fanny Sara Maranatha dari Universitas Kristen Indonesia. Metode yang digunakan adalah fenomenologi dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan editor Kompas.com dan dewan pers. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa proses verifikasi berita rubrik “hoax atau fakta” Kompas.com melalui 2 tahapan, pertama konfirmasi dan kedua cek dan *recheck*. Konfirmasi menjadi langkah pertama verifikasi berita untuk mengecek sumber berita, sedangkan cek dan *recheck* untuk akurasi berita. Dalam proses penentuan isu, kompas.com memprioritaskan memprioritaskan isu politik dibandingkan isu sara. Isu politik yang dibangun dari April-Mei 2019 adalah pemilu 2019. Sehingga kaitannya dengan penelitian ini sama-sama ingin mengetahui cara atau

proses sebuah program siaran televisi dalam memberikan hasil proses identifikasi berita hoaks.

Penelitian kedua yaitu dari skripsi Adelia Puspita Yasmine yang berjudul *“The Fact-Checking Process in Fact-Checking Journalism: A Case Study of Fact-Checking News Channels di Liputan6.com”* dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara, 2019. Hasil penelitian ini adalah digunakan oleh Liputan6.com *Fact Check News Channel* dalam proses *fact-checking* jurnalistik, yaitu *fact-checking* yang menghasilkan kesimpulan dengan tiga tahapan untuk pengecekan fakta, yaitu: menemukan klaim, menemukan fakta, dan mengoreksi catatan. Penelitian ini juga mengkaji faktor gerbang yang mempengaruhi proses pengecekan fakta dalam produksi saluran berita Liputan6.com *Fact Check* menggunakan *Hierarchy of Influence* yang dikemukakan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. Ada lima tingkat pengaruh yaitu tingkat individu, tingkat rutin media, tingkat organisasi, tingkat organisasi eksternal dan tingkat ideologis. Penelitian serupa juga dilakukan pada diskusi cek fakta di kanal Fact Check Liputan6.com. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek media dan konsep.

Ketiga, terdapat penelitian selanjutnya yang berjudul *“Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya”* oleh Christiany Juditha dari Puslitbang Aplikasi Informatika dan Informasi Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Penelitian ini menunjukkan bahwa struktur sosial terbentuk dalam proses penyebaran berita hoaks di media sosial. Ada tiga pendekatan utama yang diperlukan untuk memprediksi penyebaran berita hoaks di suatu institusi, yaitu pendekatan institusional, teknologi, dan literasi. Pendekatan institusional dengan mengedepankan anti hoaks. Rujukan penelitian ini kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk membentuk badan independen untuk memvalidasi apakah berita tersebut bohong atau tidak.

Semua institusi, baik pemerintah maupun swasta, didorong untuk terus meningkatkan upaya kampanye anti hoaks dan memastikan hasil yang positif bagi masyarakat. Komitmen lain yang dapat dilakukan adalah upaya literasi digital yang lebih besar bagi pelajar dan masyarakat umum. Hal ini sejalan dengan tujuan penayangan acara "Anti Hoaks!" oleh TVRI sebagai lembaga penyiaran publik yang memvalidasi berita hoaks di media sosial.

Keempat, penelitian yang dilaksanakan oleh Mhd. Rasidin, Doli Witro, Betria Zarpina Yanti, Rahma Fitria Purwaningsih, Wiji Nurasih, berjudul "*Peran Pemerintah dalam Mencegah Penyebaran Hoaks tentang Pemilu 2019 di Media Sosial*" menunjukkan bahwa kebebasan menggunakan media sosial dimanfaatkan oleh sejumlah individu untuk menyebarkan informasi yang belum tentu kebenarannya. Berita hoaks disebar untuk memengaruhi opini publik tentang sesuatu yang didorong oleh kepentingan pribadi dan kelompok. Pemerintah telah mengambil beberapa langkah untuk mencegah dan memerangi penyebaran berita palsu, seperti mengesahkan UU Anti Hoaks. Selain undang-undang, pemerintah juga memblokir ribuan situs dan akun media sosial yang menyebarkan kebohongan. Pemerintah bekerja sama dengan Parsiered dan Facebook. Pemerintah bahkan telah membuat *website* resmi bagi pengguna internet untuk mengklarifikasi berita bohong, yaitu [turnbackhoax.id](http://turnbackhoax.id). Di sisi lain, rekomendasi dari hasil penelitian ini ditujukan untuk penelitian selanjutnya yang meneliti pengguna media sosial yang mengembangkan sikap eksplanatif terhadap menerima informasi dari media online untuk mencegah penyebaran berita palsu ke publik. Perbedaan pada penelitian ini adalah media yang diteliti dalam media dan topik pembahasannya, namun persamaannya adalah membahas tentang penyebaran hoaks yang berasal dari media sosial.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Sebagai Lembaga Penyiaran Publik, TVRI membawa konsekuensi terhadap keberadaan harus dapat melayani "seluruh penduduk" dalam suatu

wilayah atau negara. Salah satunya melalui program acara “Anti Hoaks” yang menjadi sebuah program untuk dedikasi TVRI dalam melakukan validasi hoaks di kalangan generasi milenial. Sehingga program tersebut dikemas secara ringan agar fakta yang disampaikan dapat dengan mudah diterima oleh khalayak. Mengingat fakta adalah sebuah prioritas utama dalam menyampaikan informasi.

Di tengah maraknya penipuan dan paparan konten berita yang bias komersial seperti diskriminasi terhadap kepentingan politik kelompok tertentu, generasi milenial sebagai pengguna yang mendapatkan akses ke media sosial sangat membutuhkan keberadaan program acara yang memvalidasi berita hoaks guna menjadi dan sumber informasi yang akan digunakan sebagai referensi. Sebagai lembaga Penyiaran Layanan Publik, TVRI berpotensi menjadi sumber referensi dalam menyiarkan berita.

TVRI memanfaatkan kesempatan ini untuk terus membangun kepercayaan dan kredibilitas lembaga. Dengan demikian, masyarakat Indonesia dapat merasakan kehadiran TVRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang melakukan siaran validasi berita hoaks.

Dengan memiliki program acara “Anti Hoaks!”, peran TVRI telah menunjukkan komitmen melawan hoaks secara lebih praktis dan dalam bentuk tayangan yang terstruktur. Sehingga, pokok masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana proses validasi berita hoaks melalui program acara “Anti Hoaks!” di TVRI?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penemuan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tahapan proses validasi berita hoaks melalui program acara “anti hoaks!” di TVRI. Dengan adanya penelitian ini diharapkan juga dapat membantu para akademisi agar lebih memahami program acara di televisi secara mendalam terutama dalam melakukan validasi berita hoaks, serta ikut berpartisipasi mendukung pemberantasan berita hoaks yang

beredar di media sosial melalui sebuah program siaran media massa. Baik dari segi penerimaan fakta, ide, dan banyak hal lainnya dalam mengembangkan praktisi kaidah jurnalisme dalam pengembangan ilmu jurnalistik.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Akademis**

Manfaat dari hasil penelitian ini dapat diharapkan dapat menjadi referensi dan kajian ilmu untuk mahasiswa/i Universitas Kristen Indonesia, khususnya program studi Ilmu Komunikasi peminatan Jurnalisme Multimedia yang berkaitan dengan melakukan proses validasi berita hoaks.

#### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi para pihak media massa agar dapat menjadi refleksi dalam program acara yang melakukan proses validasi berita hoaks. Penelitian ini juga akan memberikan pencerahan kepada khalayak untuk lebih mengetahui program acara media massa khususnya televisi yang berkualitas.

#### **3. Manfaat Sosial**

Untuk manfaat sosial ditujukan kepada masyarakat agar dapat memilih program tayangan televisi yang bermanfaat seperti program yang melakukan validasi berita hoaks dan mendapatkan pandangan baru mengenai kebenaran atas berita hoaks yang telah beredar di media sosial.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini akan dipaparkan ke dalam lima bab yang setiap babnya akan dibagi menjadi beberapa sub bab. Berikut adalah sistematika penulisan penelitian ini:

- **BAB 1: PENDAHULUAN**



Pada bab ini peneliti akan menguraikan latar belakang yang berisi dengan data-data yang menjadi bagian dari fenomena topik penelitian yang diteliti, rumusan masalah yang berisi pernyataan dan pertanyaan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

- **BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini, peneliti mengemukakan landasan konsep-konsep yang relevan untuk dijadikan sebagai landasan dalam penulisan penelitian ini yang didapatkan peneliti dari beberapa referensi yang menjadi acuan dan membangun penelitian berupa definisi yang berkaitan dengan penelitian. Lalu terdapat kerangka teori yang menjadi langkah berpikir peneliti menyusun konsep-konsep yang mendukung permasalahan penelitian. Dan juga ada kerangka berpikir yang membantu peneliti menyusun pola pikir dalam mengatasi masalah.

- **BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini akan menyajikan berbagai cara peneliti melakukan penelitian ini sehingga peneliti dapat menjelaskan paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, teknik interpretasi, dan keabsahan data penelitian.

- **BAB 4: PEMBAHASAN**

Peneliti akan memperlihatkan temuan data pada bab ini. Dimana temuan data tersebut memecahkan masalah apa yang telah menjadi temuan penting dan temuan yang berbeda dengan penelitian sebelumnya dengan hasil analisa wawancara beserta pembahasan.

- **BAB 5: PENUTUP**

Di bab ini peneliti akan memberikan data yang telah peneliti analisa dan interpretasi dalam bentuk kesimpulan dan saran.