



# 12.52%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 25 JAN 2025, 11:19 AM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

<span style="color: red;">●</span> IDENTICAL	<span style="color: orange;">●</span> CHANGED TEXT	<span style="color: blue;">●</span> QUOTES
0.64%	11.87%	1.35%

## Report #24529409

**58** 1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar belakang Indonesia menyelenggarakan Pemilihan Umum (Pemilu) pada 14 Februari 2024. Dengan 200 juta pemilih, Pemilu 2024 menjadi pesta demokrasi terbesar di dunia (Krismantari & Ramadhani, 2023). Di sisi lain, Pemilu 2024 merupakan kesempatan untuk menguatkan kembali demokrasi yang terus melemah. Sejumlah lembaga seperti Freedom House dan Democracy Index menunjukkan penurunan kualitas demokrasi dengan indeks demokrasi Indonesia masuk dalam kategori bebas sebagian dan demokrasi cacat. Selain itu, ada tantangan terkait perilaku elite politik yang dapat menggerus cita-cita demokrasi (Wahyu, 2024). Jumlah pemilih, yang mencakup 74% dari total populasi Indonesia, akan menyalurkan hak suaranya untuk memilih presiden dan wakil presiden, serta anggota DPR, DPD dan DPRD (Krismantari & Ramadhani, 2023). **70** Pada Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024, ada tiga kandidat yang bersaing, yakni Anies Rasyid Baswedan-Muhaimin Iskandar, Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka, dan Ganjar Pranowo-Mahfud MD. Ketiga kubu berupaya merayu publik melalui konten yang didistribusikan melalui beragam media baik media massa maupun media sosial selama periode kampanye, yakni 28 November 2023-10 Februari 2024. Selain konten kampanye, konten-konten lain yang beredar di media sosial, yakni hoaks. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menyatakan ada 203 isu hoaks pemilu dengan



total sebaran di platform digital sebanyak 2.882 konten sejak November 2024 atau ketika masa kampanye dimulai hingga 2 Januari 2024 (Bestari, 2024). Hoaks adalah informasi palsu yang tersebar luas dan berpotensi mempengaruhi publik, baik melalui berita, foto, video, atau pesan di media sosial dan lainnya. Tujuan hoaks bisa bermacam-macam, termasuk mengganggu ketahanan nasional, pemerintah, atau etika masyarakat (Juditha, 2018). Hoaks dapat merusak integritas demokrasi, memecah belah negara, dan merugikan proses pembangunan. Selain itu, hoaks bisa memanipulasi opini publik dan merusak reputasi individu atau partai politik, mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap institusi politik. Penanganannya memerlukan penegakan hukum, aturan, dan literasi 2 publik, serta upaya antisipasi melalui gerakan literasi media baru dan kerjasama dengan aparat hukum (Amilin, 2019). **74** Disinformasi adalah informasi yang salah atau palsu, tetapi orang yang menyebarkan atau membuat informasi mengetahui kesalahan tersebut dan tetap menyebarkannya sebagai kebenaran Unesco (2019). Oleh karena itu, hoaks dan disinformasi dapat dibedakan karena hoaks sendiri merupakan salah satu jenis disinformasi yang dibuat dengan sengaja untuk menipu ada memperdaya orang lain, sementara disinformasi mencakup berbagai jenis informasi yang salah atau menyesatkan yang dapat disebarkan baik disengaja maupun tidak disengaja. Penanganan melalui literasi publik menunjukkan terdapat kebutuhan untuk memeriksa dan membantah hoaks karena informasi yang tidak benar dapat menyebar luas dan mempengaruhi publik, yang dapat mengganggu tatanan etika di masyarakat. **41** Selain itu, hoaks politik dapat melemahkan ketahanan nasional, bahkan dapat memecah belah NKRI sehingga mengganggu proses pembangunan nasional (Amilin, 2019). Menurut Silverman (2015), jurnalis yang bekerja pada media memiliki peran sebagai salah satu otoritas informasi di masyarakat. Untuk itu, media memiliki peran krusial dalam membantah hoaks yang tersebar luas di berbagai platform media digital. Media dapat membantu mengurangi penyebaran hoaks yang memunculkan perbedaan persepsi, menyajikan

informasi yang terintegrasi, dan melakukan pemeriksaan terhadap informasi yang tidak benar atau hoaks. Pemeriksaan hoaks merupakan langkah membantah informasi yang tidak benar, dengan tujuan memastikan bahwa diskusi politik didasarkan pada fakta yang akurat dan mendorong debat yang berlandaskan pengetahuan. Pemeriksaan informasi yang tidak benar atau tidak objektif oleh media ini disebut juga sebagai debunking hoaks. Dalam debunking hoaks, media melakukan pemeriksaan informasi menggunakan sumber yang terpercaya, memastikan informasi diberikan secara objektif, transparan, akurat, dan bebas dari pengaruh politik. Selain itu, pemeriksaan dilakukan menggunakan kode etik jurnalistik. Dengan melakukan beberapa langkah ini, media dapat membantu debunking hoaks atau informasi tidak benar yang beredar di masyarakat (Adnan, 2024; Muzykant, Muqsith, Pratomo, & Barabash, 2021; Rosemarwati & Lindawati, 2019). Mudah-mudahan berbagi informasi di era digital membuat penyebaran hoaks semakin marak. 54 84 111 Dampak secara sederhana dapat diartikan sebagai pengaruh dan akibat. 54 84 103 Dampak juga bisa terjadi melalui proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Hoaks dapat digunakan untuk memanipulasi opini publik tentang kandidat, partai politik, atau isu-isu yang berkaitan dengan pemilu. Informasi palsu yang disebarkan dengan tujuan memengaruhi preferensi pemilih dapat merusak proses pemilihan yang adil dan demokratis. Dampak hoaks yang terjadi pada pemilu sangat berpengaruh kepada tiga kandidat pilpres, di dalam media berbagai macam hoaks yang di unggah untuk menjatuhkan reputasi capres dan cawapres hingga partai politik. Oleh karena itu, khalayak harus memeriksa berita dengan detail dan valid untuk mencegah persepsi buruk pada pemilu 2024. Sejumlah media online turut melakukan proses debunking hoaks yang muncul selama periode kampanye Pemilu 2024. Debunking hoaks melibatkan analisis fakta, penggunaan data yang sah, dan komunikasi yang jelas untuk meredakan kepercayaan pada informasi palsu. Langkah-langkah ini membantu masyarakat untuk mengembangkan literasi informasi dan meningkatkan kewaspadaan terhadap

penyebaran hoaks. Debunking berperan penting dalam melawan disinformasi dan mempromosikan pemahaman yang lebih objektif dan benar di tengah arus informasi yang kompleks dan seringkali menyesatkan. **44** Empat media online di Indonesia menerima sertifikasi International Fact Checking Network (IFCN) sejak 2018, yakni Kompas.com, Tempo.co, Liputan6.com, dan Tirto.id (Nurlatifah & Irwansyah, 2021). Kompas.com, Tempo.co, dan Liputan6.com menayangkan artikel pemeriksaan hoaks melalui kanal Cek Fakta, sedangkan Tirto.id tidak membuat kanal khusus tetapi memberikan subjudul periksa fakta pada setiap artikel pemeriksaan hoaks. Untuk itu, peneliti menghitung jumlah berita terkait pemeriksaan hoaks pada tiga media, yakni Kompas.com, Liputan6.com, dan Tempo.co, periode kampanye Pemilu 2024 yang berlangsung pada 28 November 2023-10 Februari 2024. Berdasarkan pengamatan pada tiga media itu, berita yang memuat hasil pemeriksaan hoaks menunjukkan media online memeriksa atau melakukan teknik debunking hoaks yang beredar di media sosial. Teknik debunking hoaks di antaranya penelusuran kata kunci di Google dan wawancara dengan pihak terkait seperti pejabat pemerintah, ahli, atau orang yang disebutkan dalam konten hoaks (Kanozia, et al., 2021). Sementara itu, berita yang 4 memuat hasil cek fakta menunjukkan media online memeriksa klaim atau pernyataan pejabat. Tabel 1. 1 Jumlah Berita Debunk Hoaks pada Kanal Cek Fakta Periode 28 November 2023 – 10 Februari 2024. Media online Kanal Jumlah Cek Hoaks s Jumlah Cek Fakta Tota l Liputan6.com <https://www.liputan6.com/cek-fakta> 42 42 84 Tempo.co <https://cekfakta.tempo.co> 47 79 126 Kompas.com <https://www.kompas.com/cekfakta> 67 86 153 Sumber: Olahan Penelitian, 2024. Media Liputan6.com memiliki jumlah berita dari cek hoaks dan cek fakta sebanyak 84 berita. Tempo.co memiliki berita 126 berita dari cek hoaks dan cek fakta. Data ini memperlihatkan bahwa jumlah berita debunking hoaks tidak signifikan di Liputan6.com dan Tempo.co, sehingga kurang memadai untuk dijadikan fokus penelitian. Menilik data di atas, penelitian akan akan fokus pada Kanal Cek

Fakta Kompas.com yang menyajikan berita terkait pemeriksaan hoaks dan fakta paling banyak dibandingkan dua media lainnya, yakni 153 berita. Pada media Liputan6.com memiliki jumlah berita dari cek hoaks dan cek fakta sebanyak 84 berita. Sedangkan, pada media Tempo.co memiliki berita 126 berita dari cek hoaks dan cek fakta. **10** Kompas.com merupakan salah satu pionir media online di Indonesia yang sudah berdiri sejak 14 September 1995 (Prajarto, 2021). Pada Maret 2024, similarweb.com, situs yang mengukur peringkat media online, mencatat Kompas.com sebagai situs berita paling populer setelah mencatat 187,4 juta pengunjung pada Februari 2024, yang merupakan bulan pencoblosan pemilihan umum. Dengan ini, Kompas.com berhasil mempertahankan posisinya pada peringkat pertama situs berita di Indonesia setelah mencatat hasil serupa pada Januari 2024. Sebelumnya, pada Desember 2023, Kompas.com berada di posisi kedua Tribunnews (Similarweb, 2024). **10** Hal tersebut menunjukkan bahwa Kompas.com mampu bersaing dengan media online lainnya dalam hal penyajian informasi. Keunggulan utama dari Kompas.com, yaitu kecepatan dan aktualitas berpotensi dapat menggantikan koran, majalah, bahkan televisi (Prajarto, 2021). **68** Selain itu, selama Pemilu 2024, Tim Cek Fakta Kompas.com memiliki Cek Fakta Pemilu, yakni pemeriksaan terhadap sejumlah hoaks dan disinformasi 5 beredar menjelang dan selama tahun pemilu. **1 10** Kompas.com sudah melakukan kerja cek fakta sejak 2016 dan membentuk tim khusus pada 2018. **1** Tim terdiri atas 9 reporter dan 4 editor. **1** Para pemeriksa fakta (debunker) di Kompas.com juga dibekali dengan kemampuan melakukan penelusuran terkait kerja-kerja cek fakta. Kompas.com menggunakan tools seperti Crowdtangle untuk melakukan pemantauan informasi yang beredar di media sosial. Kompas.com juga menetapkan batasan tentang informasi yang diverifikasi, yakni viral (dengan parameter tertentu), pesan berantai, mempertimbangkan isu dan dampaknya. **1** Selanjutnya, Kompas.com melakukan upaya verifikasi melalui sejumlah cara di antaranya melakukan penelusuran digital, dan wawancara pihak berwenang untuk mengonfirmasi informasi tersebut (Kompas.com, n.d.). Dalam cek

fakta dan cek hoaks memiliki perbedaan masing-masing, yaitu cek fakta merupakan proses memeriksa kebenaran informasi yang disajikan dalam sebuah teks, berita, atau pernyataan dengan tujuan untuk memastikan bahwa informasi yang disajikan akurat berdasarkan fakta yang dapat diverifikasi. Sedangkan, cek hoaks merupakan proses memeriksa informasi kebenaran yang diduga telah dikonfirmasi sebagai hoaks, atau informasi palsu yang disebarkan secara sengaja. Penelitian ini akan memfokuskan pada cek hoaks agar lebih sesuai dalam konteks menghadapi dampak negatif dari penyebaran informasi palsu. Pemeriksaan hoaks merupakan bentuk tanggung jawab Kompas.com sebagai media untuk menyajikan informasi yang akurat dan berimbang selama proses pemilihan umum. Sebagai media yang beroperasi di Indonesia, Kompas.com juga bertanggung jawab media massa dalam mengeluarkan informasi yang benar, relevan, dan bertanggung jawab. Selain itu, Kompas.com wajib mengikuti kode etik jurnalistik dan kode etik wartawan Indonesia, serta mematuhi peraturan-peraturan undang-undang yang berhubungan dengan kebebasan media (Fadli, 2018). Kanal Cek Fakta Kompas.com tidak langsung muncul pada halaman (home) Kompas.com. Namun, kanal ini dapat ditemukan melalui alat Kanal ini dibuka dengan sebuah hoaks bertuliskan “HOAKS ATAU FAKTA”. Hoaks ini juga memuat nama-nama wartawan yang menjadi pemeriksa fakta (debunker), metodologi verifikasi yang digunakan, dan pendanaan.

46 Hoaks juga memuat fitur laporkan hoaks, yakni sistem pelaporan kerja sama dengan TurnBackHoax 6 Masyarakat Anti Fitnah Indonesia. Kompas.com menyajikan berita pada kanal ini dengan tiga label, yakni hoaks, klarifikasi, dan cek fakta. Berita adalah bagian dari komunikasi massa yang memberikan informasi kepada kita mengenai peristiwa, isu dan sesuatu yang unik (khas) di dunia (Harahap, 2014). Berita mengandung kebenaran, yakni fakta di lapangan atas peristiwa yang terjadi (Lubis & Koto, 2020). Pada berita dengan label “hoaks”, Kompas.com menyajikan hasil pemeriksaan konten yang beredar di media sosial yang terbukti hoaks atau false information. Misalnya, pada berita berjudul

“[HOAKS] Gaji Guru di Medan Ditahan, Dipaksa Pilih Paslon 02 , Kompas.com menguraikan konten yang beredar, yaitu klaim bahwa para guru di Medan ditahan gajinya dan dipaksa memilih paslon nomor urut 2 dalam Pilpres 2024. Mereka kemudian memberikan hasil penelusuran dari Tim Cek Fakta Kompas.com yang menyimpulkan bahwa klaim tersebut adalah hoaks. Pada berita dengan label klarifikasi, Kompas.com menerapkan hal serupa pada berita dengan label “ hoaks”, yakni menyajikan hasil pemeriksaan konten yang beredar di media sosial. Perbedaannya adalah jika label hoaks merujuk pada informasi yang sepenuhnya palsu (false information), sedangkan label ‘klarifikasi’ merujuk pada disinformasi. Disinformasi adalah konten informasi yang tidak akurat atau dimanipulasi yang diproduksi dan disebar dengan sengaja (Azwar, Soetarto, Lubis, 2022). Misalnya, pada berita berjudul “[KLARIFIKASI] Video Pawai Busana Rimpu di Bima, Bukan Kampanye Pendukung Anies , Kompas.com menyajikan berita dengan menjelaskan konten yang beredar, yaitu video pawai pendukung calon presiden nomor urut 1, Anies Baswedan, di Bima, Nusa Tenggara Barat (NTB), serta klaim yang menyertainya. **83** Mereka kemudian memberikan hasil penelusuran dari Tim Cek Fakta Kompas.com yang menegaskan bahwa klaim tersebut keliru dan salah konteks. 7 Gambar 1. 1 Contoh Berita dengan Label Cek Fakta Gambar 1. 2 Contoh Berita dengan Label Hoaks. Gambar 1. 3 Contoh Berita dengan Label Berdasarkan penjelasan di atas, label [CEK FAKTA] menunjukkan cek fakta atau hasil pemeriksaan Tim Cek Fakta Kompas.com terhadap pernyataan narasumber. Sementara itu, label “[HOAKS]’ dan [KLARIFIKASI ] menunjukkan cek hoaks atau hasil pemeriksaan Tim Cek Fakta Kompas.com terhadap konten yang beredar di media sosial. Perbedaan kedua label, yakni label “[HOAKS]’ merupakan pemeriksaan terhadap konten hoaks di media sosial dan label [KLARIFIKASI] merupakan pemeriksaan terhadap konten yang memuat klaim terhadap sesuai di media sosial. Dengan demikian, cek fakta merupakan proses memeriksa kebenaran informasi yang disajikan dalam suatu teks, berita, atau pernyataan

dengan tujuan untuk memastikan bahwa informasi yang disajikan akurat berdasarkan fakta yang dapat diverifikasi. Sedangkan, cek hoaks merupakan proses memeriksa informasi kebenaran yang diduga sebagai hoaks, atau informasi palsu yang disebarkan secara sengaja. Pada berita dengan label Cek Fakta, Kompas.com menyajikan hasil pemeriksaan terhadap klaim dari pejabat atau elite politik. Misalnya, pada berjudul “CEK FAKTA: Anies Sebut Guru dan Dosen di Jakarta Dibebaskan dari PBB , Kompas.com menguraikan klaim yang disampaikan oleh Anies Baswedan dalam debat Pilpres 2024, yaitu bahwa Pemprov DKI Jakarta membebaskan tenaga pengajar dari pajak bumi dan bangunan (PBB). Setelah itu, Kompas.com memberikan informasi faktual yang mengkonfirmasi bahwa klaim tersebut sesuai dengan kebijakan yang sudah ada sebelumnya. Penelitian ini hendak menganalisis berita yang memuat hasil pemeriksaan konten yang beredar di media sosial baik dengan label ‘hoaks’ maupun ‘klarifikasi’ karena berita tersebut menunjukkan upaya debunking hoaks . Peneliti akan menganalisis berita terkait konten yang beredar di media sosial melalui sejumlah konsep, yakni media distribusi hoaks untuk mengetahui asal konten yang diperiksa, penyajian hoaks untuk mengetahui bentuk konten media sosial yang diperiksa, teknik debunk, serta jenis hoaks (Kanozia, et al., 2021). Media distribusi hoaks mengacu pada platform atau saluran tempat konten hoaks pertama kali muncul atau menyebar. Dalam konteks ini, media sosial menjadi perhatian utama. Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan WhatsApp yang sering menjadi tempat penyebaran hoaks. Pada penelitian ini, peneliti akan mengidentifikasi media sosial yang paling sering menjadi tempat Kanal Cek Fakta menemukan hoaks. Penyajian atau format hoaks merujuk pada bentuk penyampaian konten hoaks di media sosial seperti video, gambar, teks, dan audio. Penelitian ini akan mengidentifikasi format konten yang memuat informasi palsu atau hoaks. Teknik merupakan adalah strategi atau metode yang digunakan untuk membantah klaim hoaks dan menyajikan fakta sebagai koreksi. Sementara itu,

jenis hoaks terkait kategori atau tipe informasi palsu yang beredar di media sosial. Adapun, bentuk tinjauan literatur yang digunakan dan dijadikan bentuk 9 referensi dalam penelitian ini. Penelitian yang pertama yang berjudul “Multi Kasus Perkembangan Organisasi Pengecekan Fakta di Indonesia yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ditta Hermawan, Rudi Hartanto dan Irma Garnesia pada tahun 2022 dapat dijadikan panduan untuk membuat penelitian ini. Dari penelitian ini, penulis dapat mengetahui bagaimana proses pengembangan pengecekan fakta di Indonesia. <sup>21</sup> Oleh karena itu, penelitian ini cocok untuk dijadikan pedoman sebagai gambaran bagaimana cara pengembangan dalam pengecekan fakta pada portal berita Kompas.com. Dimana hasil dari penelitian ini, menunjukkan bahwa berbagai inisiatif cek fakta di Indonesia masih memiliki tantangan dalam konteks standarisasi metodologi cek fakta, evaluasi pengukuran “dampak” dari aktivitas cek fakta, serta terkait pengelolaan sumber daya pemeriksa fakta dalam masing-masing organisasi. <sup>21</sup> Studi ini mencoba memberikan gambaran tentang organisasi pemeriksa fakta di Indonesia. Perbedaan yang dimiliki oleh penelitian terdahulu pertama dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini adalah penelitian ini akan berfokus pada menganalisis cara penyajian berita oleh kanal Cek Fakta Kompas.com dalam mengatasi hoaks pemilihan umum 2024. Penelitian terdahulu kedua berjudul “Peningkatan Literasi Informasi Anti Berita Hoaks Jelang Pemilu 2024 Pada Warga Paguyuban At- Taufiq, Kec. Babelan, Kab. Bekasi yaitu penelitian yang dilakukan oleh Dede Suprayitno pada tahun 2022 dijadikan pedoman untuk membuat penelitian selanjutnya. Penelitian ini membahas mengenai hoaks pemilu 2024. Hal ini dapat dijadikan acuan perbandingan pada penelitian ini adalah pentingnya membaca informasi untuk menghindari berita hoaks. Perbedaan dengan penelitian ini dengan perbedaan selanjutnya dengan berfokus pada upaya peningkatan literasi informasi dan pengetahuan serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang hoaks di paguyuban At-Taufiq, Bekasi menjelang pemilu 2024. Sedangkan penelitian selanjutnya yaitu lebih berfokus pada

analisis isi kualitatif tentang cara penyajian berita di kanal Cek Fakta Kompas.com, terutama terkait dengan hoaks dalam pemilihan umum 2024 dan dampaknya terhadap persepsi. **10** Pada penelitian terdahulu ketiga berjudul **5** “Tingkat Kepuasan Pembaca Terhadap Kualitas Pemberitaan Kanal Cek Fakta Pada Portal Online Kompas Com Diajukan yang dilakukan oleh Rafi Fadillah Achmat pada tahun 2023 ini dapat 10 dijadikan sebagai acuan karena membahas pemberitaan kanal cek fakat pada Kompas.com dalam menyajikan suatu berita yang terbilang hoaks. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian selanjutnya adalah Penelitian ini fokus pada tingkat kepuasan pembaca terhadap kualitas pemberitaan yang disajikan di kanal Cek Fakta Kompas.com dan lebih mempertimbangkan perspektif pembaca terhadap pemberitaan tersebut. Sementara penelitian selanjutnya, lebih fokus pada analisis isi kualitatif tentang cara penyajian berita di kanal Cek Fakta kompas.com, khususnya terkait hoaks pada pemilihan umum 2024. Dari ketiga penelitian terdahulu di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat jenis-jenis penyajian hoaks sudah sangat luas. Oleh karena itu, peneliti diharapkan membuat penelitian berupa pengecekan fakta guna untuk mengetahui data akurat dan menghindari berita hoaks pada portal media online. Berdasarkan pada fenomena tersebut peneliti berfokus untuk menganalisis isi berita debunk hoaks pada kanal cek fakta di media Kompas.com pada periode 28 November 2023–10 Februari 2024. Peneliti menggunakan judul “PENYAJIAN BERITA DEBUNK HOAKS PEMILU 2024 PADA KANAL CEK FAKTA DI KOMPAS.COM (ANALISIS ISI KUANTITATIF BERITA DEBUNK HOAKS PEMILU 2024) .Peneliti menggunakan periode tersebut karena masa kampanye pemilu 2024 dimulai dari bulan November samapai Februari dengan maraknya berita debunk hoaks di media terkait paslon 1,2 dan 3 hingga partai-partai yang ikut serta dalam mendukung pilihan masing-masing. melihat dari seberapa melonjak tinggi konten edukasi dibandingkan pada tahun sebelumnya. **28 31 43 54 57 58 92 1.2** Rumusan Masalah Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **3** “Bagaimana penyajian berita

terkait hasil pemeriksaan debunk hoaks pada Kanal Cek Fakta di Kompas.com periode 28 November 2023–10 Februari 2024 dan diuraikan menjadi sejumlah pertanyaan lebih terperinci sebagai berikut: 1. Bagaimana jenis hoaks dalam berita debunk hoaks pada kanal cek fakta media online kompas.com periode 28 November 2023–10 Februari 2024? 2. Bagaimana media distribusi dalam hoaks berita debunk hoaks pada kanal 11 cek fakta media online kompas.com periode 28 November 2023–10 Februari 2024? 3. Bagaimana penyajian hoaks dalam berita debunk hoaks pada kanal cek fakta media online kompas.com periode 28 November 2023–10 Februari 2024? 4. Bagaimana teknik debunk hoaks dalam berita debunk hoaks pada kanal cek fakta media online kompas.com periode 28 November 2023–10 Februari 2024? 1.3 Tujuan Penelitian Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun maksud utama dari studi ini adalah untuk “menganalisis penyajian berita debunk hoaks pada kanal cek fakta media online kompas.com periode 28 November 2023 – 10 Februari 2024. Tujuan penelitian ini diuraikan lebih detail sebagai berikut: 1. Mendeskripsikan jenis hoaks dalam berita debunk hoaks pada kanal cek fakta media online kompas.com periode 28 November 2023–10 Februari 2024. 2. Mendeskripsikan media distribusi dalam berita debunk hoaks pada kanal cek fakta media online kompas.com periode 28 November 2023–10 Februari 2024. 3. Mendeskripsikan penyajian hoaks dalam berita debunk hoaks pada kanal cek fakta media online kompas.com periode 28 November 2023–10 Februari 2024. 4. Mendeskripsikan teknik debunk hoaks dalam berita debunk hoaks pada kanal cek fakta media online kompas.com periode 28 November 2023–10 Februari 2024. 1.4 Manfaat Penelitian Setelah penelitian ini diselesaikan, harapannya adalah bahwa hasil yang diperoleh akan memberikan manfaat. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat dikategorikan menjadi dua bagian: 1.4.1 Manfaat Akademis Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini akan mampu memperkaya penelitian dengan bidang jurnalistik pada penyajian berita terkait hoaks pemilu 2024. 1.4.2 Manfaat Praktis 1.

Secara spesifik, harapannya adalah bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi atau masukan kepada pengelola berita atau jurnalistik media Kompas.com terkait penyajian berita debunk hoaks pada pemilu 2024 agar dapat diaplikasikan dalam portal media. 2. Secara keseluruhan, harapannya adalah bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi atau masukan kepada para jurnalistik agar fokus pada penyajian berita debunk hoaks yang lebih terperinci. 13 BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Penelitian Terdahulu Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu No Judul, Penulis, Tahun Universitas Metode Kesimpulan Saran Perbedaan 1. Analisis Multi Kasus Perkembangan Organisasi Pengecekan Fakta di Indonesia, Ditta Rahmawan, Rudi Hartanto, Irma Garnesia (2022) Universitas Padjadjaran Bandung Penelitian Kualitatif Praktik pengecekan fakta berkembang secara global, termasuk di Indonesia. Studi ini mengevaluasi organisasi pengecekan fakta di Indonesia yang disertifikasi oleh IFCN seperti "Cek Fakta- Liputan 6", "Cek Fakta-Suara.com", "Tirto.id", "KOMPAS.com", "Tempo.co", dan "MAFINDO". Lima organisasi mengadopsi model redaksi jurnalisme, sementara MAFINDO lebih organik dan independen. Tantangan standar metodologi, pengukuran dampak, dan manajemen sumber daya teridentifikasi. - Penelitian ini fokus pada perkembangan organisasi pengecekan fakta di Indonesia, sementara penelitian selanjutnya akan fokus pada penyajian berita di kanal Cek Fakta Kompas.com terkait hoaks pemilihan umum 2024. 2. Peningkatan Literasi Informasi Antiberita Hoaks Jelang Pemilu 2024 pada Warga Paguyuban At-Taufiq, Kec. Babelan, Kab. Bekasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Penelitian Kualitatif Literasi informasi antihoaks politik menjadi penting. Berdasarkan periode pemilu 2019, banyak berita hoaks bertema politik ditemukan. Pengukuran survei - Penelitian ini fokus pada literasi informasi antiberita hoaks, sementara penelitian selanjutnya akan lebih fokus pada 14 Dede Suprayitno (2022). menunjukkan dominasi berita politik dalam hoaks. analisis isi kualitatif tentang penyajian berita di kanal Cek Fakta

Kompas.com terkait hoaks dalam pemilihan umum 2024. **10** 3. Tingkat Kepuasan Pembaca Terhadap Kualitas Pemberitaan Kanal Cek Fakta Pada Portal Online Kompas.com, Rafi Fadillah Rachmat (2023). Universitas UIN Syarif Hidayatullah Penelitian Kuantitatif Tingkat kepuasan mahasiswa jurnalistik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta terhadap kualitas pemberitaan kanal cek fakta pada kompas.com menunjukkan hasil memuaskan dengan nilai 75%. Namun, dimensi kualitas relevansi memperoleh hasil sedang dengan nilai 73%. **10** Kanal cek fakta pada kompas.com perlu meningkatkan kualitas pemberitaan dengan lebih akurat dan sesuai dengan kondisi nyata di masyarakat. Penelitian ini fokus pada tingkat kepuasan pembaca terhadap kualitas pemberitaan yang disajikan di kanal Cek Fakta Kompas.com, sementara penelitian selanjutnya fokus pada analisis isi kualitatif tentang penyajian berita di kanal Cek Fakta Kompas.com terkait hoaks pada pemilihan umum 2024. Sumber : Olah data peneliti ,2024 Penelitian terdahulu menunjukkan tinjauan literatur yang digunakan dan dijadikan bentuk referensi dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu pertamayang dilakukan oleh Ditta Rahmawan, Rudi Hartanto, dan Irma Garnesia pada tahun 2022 berjudul "Analisis Multi Kasus Perkembangan Organisasi Pengecekan Fakta di Indonesia mengevaluasi perkembangan organisasi pengecekan fakta di Indonesia yang disertifikasi oleh IFCN. **21 41** Studi ini menganalisis beberapa organisasi pengecekan fakta seperti **8** "Cek Fakta-Liputan 6 **21 41** , **8** "Cek Fakta-Suara.com **21 41** , "Tirto.id", "KOMPAS.com", "Tempo.co", dan "MAFINDO". Kesimpulan penelitian tersebut menunjukkan bahwa lima organisasi tersebut mengadopsi model redaksi jurnalisme, sedangkan MAFINDO lebih bersifat organik dan 15 independen. Penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan standar metodologi, pengukuran dampak, dan manajemen sumber daya dalam praktik pengecekan fakta di Indonesia. Perbedaan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini lebih spesifik dan terfokus pada penyajian berita terkait hasil pemeriksaan debunk hoaks di Kanal Cek Fakta Kompas.com selama periode 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Penelitian ini tidak hanya mengevaluasi

organisasi pengecekan fakta, tetapi juga mengkaji jenis-jenis hoaks, media distribusi hoaks, penyajian hoaks, dan teknik-teknik yang digunakan dalam proses debunk hoaks. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih terperinci tentang bagaimana hoaks disajikan dan ditangani secara spesifik pada satu platform pengecekan fakta, yakni Kompas.com, serta memberikan pemahaman lebih dalam mengenai teknik debunking yang digunakan. Penelitian terdahulu kedua yang dilakukan oleh Dede Suprayitno pada tahun 2022 berjudul "Peningkatan Literasi Informasi Antiberita Hoaks Jelang Pemilu 2024 pada Warga Paguyuban At-Taufiq, Kec. Babelan, Kab. Bekasi" menyoroti pentingnya literasi informasi antihoaks politik. Berdasarkan periode pemilu 2019, banyak berita hoaks bertema politik yang ditemukan. Survei dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa berita politik mendominasi dalam penyebaran hoaks. Perbedaan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini lebih terfokus pada penyajian berita terkait hasil pemeriksaan debunk hoaks di Kanal Cek Fakta Kompas.com selama periode 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Penelitian ini tidak hanya mengevaluasi pentingnya literasi informasi antihoaks, tetapi juga secara spesifik mengkaji jenis-jenis hoaks, media distribusi hoaks, cara penyajian hoaks, dan teknik-teknik yang digunakan dalam proses debunk hoaks. Dengan demikian, penelitian ini memberikan analisis yang lebih mendalam tentang bagaimana hoaks dipresentasikan dan ditangani secara spesifik pada satu platform pengecekan fakta, yaitu Kompas.com, serta memberikan wawasan tentang metode debunking yang digunakan. Penelitian terdahulu ketiga yang dilakukan oleh Rafi Fadillah Rachmat pada tahun 2023 berjudul "Tingkat Kepuasan Pembaca Terhadap Kualitas Pemberitaan Kanal Cek Fakta Pada Portal Online Kompas.com" meneliti tingkat kepuasan mahasiswa jurnalistik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta terhadap kualitas pemberitaan di kanal Cek Fakta Kompas.com. Hasil penelitian tersebut 16 menunjukkan tingkat kepuasan yang memuaskan dengan nilai 75%, meskipun dimensi kualitas relevansi memperoleh nilai sedang yaitu 73%. Perbedaan dengan

penelitian terdahulu, penelitian ini lebih terfokus pada penyajian berita terkait hasil pemeriksaan debunk hoaks di Kanal Cek Fakta Kompas.com selama periode 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Penelitian ini tidak hanya mengevaluasi tingkat kepuasan pembaca, tetapi juga secara mendalam mengkaji jenis-jenis hoaks, media distribusi hoaks, cara penyajian hoaks, dan teknik-teknik yang digunakan dalam proses debunk hoaks. Dengan demikian, penelitian ini memberikan analisis yang lebih spesifik tentang bagaimana hoaks dipresentasikan dan ditangani secara khusus pada satu platform pengecekan fakta, yaitu Kompas.com, serta memberikan wawasan tentang metode debunking yang digunakan. Tiga penelitian terdahulu memberikan tinjauan literatur yang menjadi referensi dalam penelitian ini, dengan fokus pada perkembangan organisasi pengecekan fakta, literasi informasi antihoaks, dan tingkat kepuasan pembaca terhadap kualitas pemberitaan kanal cek fakta. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena lebih spesifik dan terfokus pada penyajian berita terkait hasil pemeriksaan debunk hoaks di Kanal Cek Fakta Kompas.com, termasuk jenis-jenis hoaks, media distribusi, cara penyajian, dan teknik debunking yang digunakan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif lebih mendalam tentang bagaimana hoaks dipresentasikan dan ditangani pada satu platform pengecekan fakta, yaitu Kompas.com.

## 2.2 Teori dan Konsep

### 2.2.1 Media Online

Media online merupakan sebuah platform untuk berinteraksi secara daring melalui situs web dan aplikasi yang hanya dapat diakses secara daring yang terdiri dari teks, audio, gambar, dan video. Pengertian media online secara umum mencakupi semua jenis situs website dan aplikasi, termasuk situs berita, situs perusahaan, situs lembaga/ instansi, blog, forum komunitas, media sosial situs jualan (e-commerce/online store) dan aplikasi chattingan (Maysari, 2020). **27** Menurut Lorie Ackerman pengertian media online merupakan suatu bentuk dimana penerbitan online yang akan digunakan untuk menyampaikan berbagai 17

ide. Pada umumnya, media online ini menggunakan komputer dalam penulisan, pengeditan, pencetakan, maupun juga proses pengiriman publikasi (Maysari, 2020). Berdasarkan penjelasan di atas, media online adalah platform interaktif yang mencakup berbagai jenis situs dan aplikasi untuk menyampaikan ide melalui teks, audio, gambar, dan video, serta melibatkan komputer dalam proses penulisan, pengeditan, pencetakan, dan pengiriman publikasi. Penelitian ini terkait penyajian berita hasil pemeriksaan debunk hoaks di Kanal Cek Fakta Kompas.com memperlihatkan bagaimana media online kompas.com dapat digunakan secara efektif dalam menangani dan menyampaikan informasi asli untuk membantah hoaks. Kompas.com sebagai media online melakukan pengecekan fakta dan penyebaran informasi yang akurat.

### 2.2.2 Jurnalisme Online Menurut Weiner, jurnalisme merupakan rangkaian proses dalam mencari fakta, menyusun informasi, dan menyebarkan berita melalui media (Mulyadi, 2021). Jurnalisme mengacu pada proses pengumpulan, penulisan, dan penyebaran informasi oleh jurnalis kepada masyarakat secara akurat berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan. Ini melibatkan penyusunan informasi mengenai suatu peristiwa untuk memastikan informasi yang disajikan kepada khalayak luas sesuai dengan fakta yang ada. Kovach dan Tom Rosenstiel mengemukakan dalam buku "The Elements of Journalism" bahwa tujuan utama dari peran jurnalisme ialah menyajikan informasi yang faktual, akurat, dan terpercaya yang disebarluaskan kepada khalayak luas sehingga dengan informasi tersebut dapat meningkatkan berbagai aspek bagi khalayak melalui media (Mulyadi, 2021). Prihantoro mendefinisikan media Online sebagai media berbasis telekomunikasi dan multimedia yang didalamnya terdapat portal, website, radio online, TV Online, pers online dan lain-lain (Fadil, 2020). Jurnalisme Online merupakan kegiatan mengumpulkan, menulis, mengedit, menerbitkan berita yang disebarluaskan melalui internet. Jurnalisme online juga dapat diartikan sebagai penyebarluasan informasi melalui situs web atau portal berita. Foust mengemukakan bahwa terdapat tujuh keunggulan dari jurnalisme 18

online sebagai berikut (Prilani, 2017): 1. **25 39** Storage and Retrieval adalah memungkinkan informasi berita yang disampaikan dapat disimpan dan diakses kembali secara leluasa dari mana saja dan kapan saja. 2. Unlimited Space adalah memungkinkan halaman yang disajikan tidak memiliki batasan ruang sehingga informasi berita dapat dijelaskan secara rinci dan detail. **25** 3. Immediacy adalah kemampuan dalam menyampaikan informasi berita secara cepat dan langsung pada saat peristiwa tersebut terjadi. **25 39 52** 4. Multimedia Capability adalah kemampuan dalam menyajikan berita dalam bentuk suara, gambar, video, teks, grafik, dan komponen lainnya. **25 52 77** 5. Interactivity adalah memungkinkan interaksi langsung antara redaksi/jurnalis dengan audiens yang membaca, layaknya melalui kolom komentar dan social media sharing.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa jurnalisme adalah proses pengumpulan, penulisan, dan penyebaran informasi berbasis fakta secara akurat dan terpercaya melalui berbagai media, termasuk media online yang menawarkan keunggulan penyimpanan, ruang tak terbatas, penyampaian cepat, kapabilitas multimedia, dan interaktivitas. Jurnalisme online meliputi platform berita online yang merupakan bagian integral dari media massa yang beroperasi secara online. Penelitian ini berfokus pada berita debunk hoaks pada kanal cek fakta di Kompas.com menunjukkan bagaimana jurnalisme online memanfaatkan platform media online untuk memberika informasi faktual dalam menanggapi hoaks.

2.2.3 Berita Online Berita adalah bagian dari komunikasi massa yang memberikan informasi kepada kita mengenai peristiwa, isu dan sesuatu yang unik (khas) di dunia (Harahap, 2014). Berita mengandung kebenaran, yakni fakta di lapangan atas peristiwa yang terjadi (Lubis & Koto, 2020). Menurut Sari et al. (2020), berita menjadi tulisan yang mampu memberikan pengaruh terhadap khalayak masyarakat yang pada akhirnya tanpa disadari kesalahan dalam pemakaian bahasa yang 19 dipergunakan oleh berita dijadikan hal lazim pada masyarakat yang mampu mengakibatkan adanya peralihan penggunaan bahasa Indonesia. **85** Berita online merupakan jenis berita yang muncul setelah berita disajikan

dalam media cetak, seperti majalah atau koran, dengan format teks dan gambar.

Berita online merujuk pada penyajian laporan peristiwa oleh media melalui internet yang mencakup informasi tentang suatu kejadian atau peristiwa dan disampaikan dalam format berita. Keberadaan berita online telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi informasi dan memberikan fleksibilitas bagi pembaca untuk mengakses berita kapan saja dan di mana saja. Penting untuk diingat bahwa berita online juga dapat membawa tantangan, termasuk risiko penyebaran informasi palsu atau hoaks. Oleh karena itu, literasi informasi menjadi keterampilan penting dalam mengonsumsi dan memahami berita online (Sari et al., 2020).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa berita merupakan bagian dari komunikasi massa yang memberikan informasi asli mengenai peristiwa dan isu di dunia serta memiliki pengaruh besar terhadap khalayak.

**107** Namun, berita online juga membawa tantangan berupa risiko penyebaran informasi palsu atau hoaks. Penelitian ini membahas berita debunk hoaks pada Kanal Cek Fakta di Kompas.com menunjukkan berita yang ditayangkan oleh jurnalis merupakan cara membantah hoaks untuk memastikan bahwa informasi yang diterima masyarakat adalah akurat dan dapat dipercaya. 2.2.4 Hoaks Hoaks adalah informasi yang dibuat-buat untuk menutupi informasi sebenarnya dan memutar balikan fakta menggunakan informasi yang meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya. Hoaks juga merupakan informasi palsu yang tersebar luas dan berpotensi mempengaruhi publik baik melalui berita, foto, video, atau pesan di media sosial lainnya. Secara substansi tersebarnya berita palsu (Hoax) tidak terikat oleh dimensi ruang dan waktu. Dimensi ruang dalam artian sebaran jejaring sosial sifatnya lokal yang berdampak pada wilayah-wilayah tertentu saja, tapi memungkinkan diterima juga di daerah lain. Sementara dimensi waktu merujuk pada pemberitaan lama yang disebar kembali dengan judul berbeda untuk satu 20 kepentingan (Nasrullah, 2017). Perkembangan berita palsu melalui media sosial pada saat ini sering kali disebabkan oleh

rendahnya kesadaran masyarakat atau pengguna media sosial dalam melakukan seleksi informasi yang telah tersebar (Munzaimah dan Fatma, 2020).

48 89

Menurut Lynda Walsh dalam buku berjudul "Sins Against Science," istilah hoaks atau kabar bohong mulai dikenal sejak era industri pada tahun 1808.

48 Hoaks atau pemberitaan palsu merupakan usaha untuk menipu pembaca atau pendengarnya agar mempercayai sesuatu, padahal pembuat berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut tidak benar. Oleh karena itu, usaha untuk mengatasi penyebaran hoaks perlu didampingi dengan peningkatan literasi informasi oleh masyarakat, karena masyarakat memiliki peran utama dalam mengendalikan aliran informasi. Masyarakat Indonesia cenderung cepat mempercayai suatu berita tanpa melakukan konfirmasi terhadap kebenarannya, dan langsung menyebarkannya di media sosial. Utami (2018) berpendapat hoaks dapat berupa informasi palsu yang dirancang untuk mempengaruhi atau memprovokasi sesuai dengan kepentingan penciptanya dan diedarkan. Oleh karena itu, hoaks dijadikan alat propaganda untuk membuat keberpihakan. Penggunaan hoaks sebagai sarana keberpihakan politik karena dapat memutar balikan antara fakta/fiktif dan membuat orang menghindari mempercayai fakta di dalam pikirannya.

17

Pembuat hoaks sengaja mengarang konten dan mengedit video atau foto agar terlihat asli dan mengedarkannya melalui media sosial dengan tujuan untuk mengelabui masyarakat (Nadzir, Seftiani, S., & Permana, 2019).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa berita palsu (hoaks) tersebar tanpa terikat dimensi ruang dan waktu, sering kali disebabkan oleh rendahnya kesadaran masyarakat dalam menyaring informasi, sehingga usaha mengatasi hoaks memerlukan peningkatan literasi informasi. Penelitian ini berupaya untuk membantah hoaks dengan menggunakan media sosial yang menjadikan media distribusi hoaks, format hoaks atau penyajian hoaks, teknik membantah (debunking) hoaks tersebut, dan kesimpulan jenis hoaks. 2.2.5 Debunking Hoaks Aulia (2023) menjelaskan bahwa debunking hoaks adalah proses mengidentifikasi, menganalisis, dan membantah informasi palsu atau menyesatkan 21 yang

telah tersebar di masyarakat. Tujuannya adalah mengoreksi kesalahan informasi dengan menyajikan fakta yang akurat, sehingga publik tidak lagi terpengaruh oleh hoaks tersebut. **105** Metode debunking adalah proses mengungkap fakta dari informasi yang salah atau menyesatkan. **37** Debunking bekerja dengan memberikan sanggahan dan klaim yang jelas berdasarkan hasil pengecekan fakta (Safitri, 2022). **37 39** Debunking merupakan bagian dari proses cek fakta yang membutuhkan seperangkat alat dan kemampuan dalam melakukan verifikasi (Mantzaris, 2018).. Dalam praktiknya, debunking melibatkan pengecekan fakta secara menyeluruh terhadap klaim yang meragukan, kemudian hasilnya dipublikasikan kepada masyarakat sebagai klarifikasi. Metode ini diibaratkan sebagai 'obat' yang mengatasi penyebaran hoaks setelah terjadi, sementara prebunking dianggap sebagai 'vaksin' yang mencegah penyebaran hoaks sebelum terjadi. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan metode debunking sebagai respons terhadap informasi yang salah. Penyebaran hoaks meningkat pesat selama pemilu, dengan data menunjukkan bahwa sebanyak 2.882 konten hoaks ditangani oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), di mana 203 di antaranya terkait pemilu. **17** Dalam konteks ini, pentingnya literasi digital dan keberadaan tim verifikasi fakta menjadi sangat krusial untuk membantu masyarakat memahami informasi yang benar. Penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com secara aktif menyajikan berita debunk hoaks dengan frekuensi yang meningkat menjelang pemilu, menunjukkan komitmen media dalam melawan disinformasi. Metode debunking yang diterapkan dalam penelitian ini menunjukkan efektivitas dalam mengatasi penyebaran hoaks selama pemilu 2024. Dengan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan publik tentang cara mengenali informasi yang benar, diharapkan masyarakat dapat lebih kritis dan bijak dalam menyikapi berita yang beredar. Upaya ini sangat penting untuk menjaga integritas pemilu dan memperkuat demokrasi di Indonesia. 2.2 **87** 6 Jenis Hoaks Hoaks adalah informasi atau laporan berita yang secara sengaja dibuat atau disebarluaskan dengan tujuan menyesatkan atau memanipulasi. Tetapi, hoaks

memiliki jenis-jenis hoaks yang memamipulasi berita dengan konteks yang berbeda antara lain: 1. Satire dan Parodi: Sindiran dan parodi menyajikan informasi palsu dengan 22 cara yang lucu atau berlebihan, sering kali untuk mengkritik atau menyoroti absurditas dalam masyarakat. The Onion, situs berita satir, menerbitkan artikel berisi berita fiktif yang dimaksudkan untuk lucu tetapi mungkin disalahartikan sebagai berita nyata oleh sebagian pembaca. 2. Koneksi Palsu (False Connection): Koneksi palsu melibatkan judul atau konten menyesatkan yang menimbulkan respons emosional yang kuat namun tidak didukung oleh konten sebenarnya. Judul clickbait yang menyatakan bahwa seorang selebritas telah ditangkap, sehingga mengarahkan pembaca untuk mengklik untuk mendapatkan informasi lebih lanjut dan menemukan bahwa berita tersebut tidak berhubungan atau dilebih-lebihkan. 3. Konten Menyesatkan (Misleading Content): Konten menyesatkan menggambarkan kerangka suatu situasi secara keliru untuk mempengaruhi opini atau mendukung sudut pandang tertentu. Misalnya, mengedit pidato atau wawancara secara selektif untuk mengubah makna atau konteks kata-kata pembicara yang dimaksudkan. 4. Konteks Salah (False Context): Definisi: Konteks palsu melibatkan berbagi informasi yang akurat tetapi disajikan dengan konteks yang menyesatkan untuk memanipulasi persepsi. Misalnya, membagikan foto acara yang ramai dengan keterangan yang menyiratkan bahwa acara tersebut diambil selama pandemi COVID-19 untuk membesar-besarkan situasi yang parah. 5. Konten Penipu (Imposter Content): Konten penipu meniru sumber yang dapat dipercaya tetapi berisi informasi palsu atau dimanipulasi, sering kali melalui URL atau nama domain yang diubah. Contohnya, membuat situs berita palsu dengan nama domain yang mirip dengan organisasi berita sah untuk menyebarkan berita palsu. 6. Konten yang Dimanipulasi (Manipulated Content): Konten yang dimanipulasi mencakup gambar, video, atau audio yang telah diubah atau diedit untuk menyampaikan informasi palsu atau menyesatkan pemirsa. Contohnya, berbagi gambar hasil photoshop dari

seorang tokoh politik yang melakukan perilaku tidak pantas untuk merusak reputasinya. 7. Konten Palsu (Fabricated Content): Konten palsu terdiri dari cerita palsu yang dibuat untuk menipu dan merugikan pembaca. Contohnya, 23 mempublikasikan artikel berita bohong yang menyatakan telah terjadi bencana alam di suatu lokasi sehingga menimbulkan kepanikan dan kebingungan warga (Shcherbakova & Nikiforchuk, 2023). 8. Hoaks (Tipuan): Konten yang dibuat untuk memungkiri fakta Informasi yang tidak benar atau salah. **78** Berita yang memuat konten menyesatkan dan hoaks merupakan fenomena yang terus meningkat seiring perkembangan teknologi informasi dan penyebaran informasi melalui media sosial. Pada penelitian sebelumnya yang berjudul “Analisis Hoaks yang Dipublikasikan Berulang menunjukkan bahwa penyebaran hoaks sering kali terjadi karena ketidakmampuan dan ketidakmauan individu untuk mencari kebenaran informasi yang mereka terima. Selain itu, konten menyesatkan dan hoaks ini cenderung menarik perhatian dan sering kali lebih cepat menyebar dibandingkan dengan berita yang akurat. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa hoaks adalah informasi yang sengaja dibuat atau disebarluaskan untuk menyesatkan atau memanipulasi, dengan berbagai jenis termasuk satire, koneksi palsu, konten menyesatkan, konteks salah, konten penipu, konten yang dimanipulasi, dan konten palsu. Penelitian ini tentang penyajian berita terkait hasil pemeriksaan debunk hoaks di Kanal Cek Fakta Kompas.com menganalisis jenis-jenis hoaks ini, media distribusi, serta teknik debunk yang digunakan, memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana hoaks dipresentasikan dan ditangani secara efektif. Penelitian ini akan menyajikan jenis-jenis hoaks yang dibantah (debunking) oleh Kompas.com dalam Kanal Cek Fakta. 2.2.6 Media Distribusi Hoaks Arisanty & Wiradharma (2020) menjelaskan media sosial seperti WhatsApp, Twitter, Facebook, dan Instagram sering digunakan sebagai media distribusi hoaks. Media sosial memungkinkan konten hoaks dalam bentuk video menyebar dan menjangkau masyarakat. **36** Video-video bermuatan hoaks tersebar

di media sosial Youtube, Twitter, Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Banyak orang yang percaya dengan konten yang ditampilkan dalam video tersebut. Nugraha (2019) menjelaskan ciri-ciri hoaks yang beredar di media sosial, 24 yakni adanya ajakan untuk menyebarkan dan berasal dari sumber yang tidak jelas. Namun, akun yang menyebarkan merupakan akun palsu atau akun yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Selain itu, ada tiga jenis hoaks yang beredar di media sosial, yakni hoaks kejutan, hoaks sarkasme, dan hoaks bumerang. Hoaks kejutan berisi informasi bombastis, fenomenal, heboh, penting, dan seakan-akan perlu diketahui oleh banyak orang. Hoaks sarkasme, yakni informasi atau konten yang bersifat menyindir, agresif, dan bertujuan untuk menjatuhkan pihak tertentu. Ketiga, hoaks bumerang, yakni hoaks yang dibuat seolah-olah menjelekkkan orang atau kelompok tertentu, tetapi sebenarnya tidak benar. Berdasarkan penjelasan di atas, media sosial merupakan media distribusi hoaks yang menjadi tempat bagi wartawan sebagai pengecek fakta (fact checkers) untuk mencari hoaks untuk kemudian di-debunk. Wartawan akan melihat informasi yang bombastis, agresif, dan menjatuhkan pihak tertentu di media sosial. Selain itu, wartawan akan melihat sumber informasi tersebut, apakah akunnya dapat dipertanggungjawabkan. **36** Berdasarkan penjelasan di atas, media sosial yang dapat digunakan untuk distribusi hoaks, yakni Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Twitter. Selain itu, media sosial yang juga dapat digunakan sebagai media distribusi hoaks, yakni Youtube dan TikTok. Nugroho (2019) menjelaskan bahwa Facebook tidak dapat dilepaskan dari perilaku pengguna yang menyebarkan hoaks. Hoaks di Facebook seringkali disebar melalui akun-akun siluman yang memiliki beberapa karakteristik khusus. Karakteristik pertama, yakni tidak menggunakan foto asli. Akun-akun ini biasanya tidak memiliki foto profil yang nyata atau terus menerus. **65** Pelaku sering menggunakan logo, simbol, atau gambar yang bersifat non-realisme sebagai foto profil. Kadang-kadang, pelaku menggunakan foto orang lain yang tidak jelas sumbernya, dan

foto ini jarang diupdate karena bukan foto mereka sendiri.

Karakteristik kedua, daftar pertemanan yang tidak konsisten. Akun-akun siluman ini memiliki daftar pertemanan yang tidak jelas atau tidak komprehensif. Teman-temannya mungkin tidak saling terkait atau tidak mencerminkan pergaulan yang nyata. Karakteristik ketiga, yakni aktivitas di grup Facebook. **65** Akun siluman seringkali sangat aktif di grup Facebook atau akun berita yang memiliki banyak pengikut. Para pelaku jarang mengupdate status pribadi, tetapi terlihat aktif dalam 25 berkomentar dan berinteraksi di grup atau halaman berita. Inwood & Zappavigna (2021) menjelaskan bahwa YouTube memiliki beberapa karakteristik yang memungkinkannya menjadi media distribusi hoaks. Pertama, Youtube memungkinkan penyebaran komunikasi yang menipu bersifat ambien, yang berarti informasi palsu bisa menyebar luas meskipun pengguna tidak selalu merespons satu sama lain secara langsung. Misalnya, pengguna dapat berbagi meme atau menggunakan tagar yang memungkinkan informasi palsu menyebar dengan cepat dan luas tanpa interaksi langsung. Kedua, komentar di Youtube memungkinkan dua hal, yakni diskusi dan tanpa balasan. Komentar di YouTube bersifat diskursif, yang berarti setiap individu dapat memainkan berbagai persona tergantung pada jenis teks yang mereka hasilkan. Banyak komentar di YouTube yang tidak pernah mendapatkan balasan tetapi tetap berkontribusi pada perkembangan komunitas. Komentar semacam ini bisa berisi informasi palsu atau hoaks. Menurut Maguire (2019), Instagram dengan pengguna menjadi penonton rentan terhadap pemalsuan atau hoaks. Misalnya, Instagram merupakan medium yang pengguna mengembangkan dan mengoperasikan self-branding. Akibatnya, para pengguna tertarik pada konten yang dramatis dan dangkal. Quinn et al. (2021), yang melakukan penelitian tentang infodemik di Instagram selama pandemi COVID-19, menjelaskan bahwa konten hoaks yang beredar di Instagram dilengkapi dengan dua hal. Pertama, ketidakpercayaan umum, yakni anggapan pemerintah dan/atau media telah memalsukan atau menyembunyikan informasi. Kedua, teori

konspirasi, yakni keyakinan bahwa suatu peristiwa terjadi sebagai hasil dari suatu rencana rahasia yang dirancang oleh sekelompok orang atau organisasi yang kuat. Selama pandemi COVID-19, Instagram membantu menyebarkan informasi yang salah atau hoaks dengan cara mempertanyakan otoritas dan memberikan teori konspirasi. Afdianto & Abadi (2023), yang meneliti tentang persepsi masyarakat mengenai hoaks pandemi COVID-19 di TikTok, menjelaskan bahwa sebagian besar responden mengetahui bahwa TikTok dapat menjadi media distribusi hoaks dan mengenali konten hoaks yang beredar di TikTok. Namun, pengguna tidak dapat mengenali konten hoaks ketika membandingkan dengan pengalaman dirinya. 26 Chiu et al. (2023) menjelaskan bahwa tweet berita benar biasanya berasal dari akun dengan lebih banyak pengikut, menggunakan kata-kata umum dan memiliki sifat emosional dan bahasa yang lebih dominan. Sebaliknya, tweet berita palsu cenderung menggunakan gaya bahasa tertentu yang lebih langsung dan menyamakan pernyataan. Sementara itu, Noguera Vivo et al. (2023) menjelaskan bahwa ada pola perilaku tertentu yang terkait dengan karakteristik akun Twitter yang memengaruhi produksi dan penyebaran hoaks. Akun dengan banyak pengikut lebih cenderung membuat konten asli sebagai bentuk hoaks, sedangkan akun dengan sedikit pengikut lebih cenderung melakukan retweet, yang mengindikasikan peran propagandistik dari bot. Akun dengan sedikit konten yang dipublikasikan dan akun yang baru dibuat lebih cenderung menyebarkan hoaks dengan membalas tweet pengguna lain, mengindikasikan adanya peran bot. Bot di Twitter biasanya mendukung hoaks dibandingkan melawannya, termasuk melakukan polarisasi, ujaran kebencian, dan propaganda. Akun terverifikasi cenderung membuat konten asli dibandingkan berinteraksi dengan akun lain. Namun, meskipun Twitter telah bertindak terhadap akun terverifikasi yang menyebarkan hoaks, akun-akun ini masih memainkan peran penting dalam diskusi mengenai hoaks anti-vaksin, baik mendukung (entailment) atau menyangkal (contradiction) hoaks tersebut. Rahmawan et al. (2023) menjelaskan

bahwa meski hoaks menjadi salah satu masalah di Whatsapp, proses debunking hoaks di WhatsApp menghadirkan beberapa tantangan karena konten tersebut tidak dapat dicari dan diverifikasi secara langsung seperti yang dilakukan pemeriksa fakta terhadap konten di media sosial lain seperti Facebook, Twitter, Instagram, atau YouTube. Hal ini disebabkan aturan privasi WhatsApp yang mana seluruh pesan di platform dienkrpsi, dan tidak memberikan akses kepada pihak ketiga untuk membaca beredarnya pesan di platform tersebut. 76 Karakter masyarakat Indonesia dalam berpendapat atau berpartisipasi dalam demokrasi secara sehat dianggap sebagai faktor utama yang mempermudah penyebaran hoaks. Dampak dari penyebaran hoaks ini dapat mengganggu masyarakat, baik dalam ranah digital maupun kehidupan nyata. Meskipun teknologi modern berperan dalam menyebarkan informasi dengan cepat ke berbagai kalangan, pemerintah Indonesia telah berusaha mengatasi penyebaran 27 hoaks dengan membentuk regulasi seperti UU ITE (Vibriza Juliswara, 2017). Di sisi lain, para pengembang platform juga berupaya dengan menyediakan fitur penyaringan dan pelaporan berita. Ada beberapa platform media sosial dalam menyebarkan hoaks untuk menggiring opini publik, antara lain: 1. Facebook: Dalam platform Facebook, penyebaran hoaks yang dilakukan berupa narasi berbentuk video dan teks dalam menyebarkan informasi palsu. 2. Twitter: Dalam platform twitter, penyebaran hoaks yang dilakukan dengan menulis tweet yang berisi informasi palsu. Lalu dengan postingan tweet tersebut dapat di retweet kepada pengikut mereka. 3. WhatsApp: Dalam platform WhatsApp, penyebaran hoaks dilakukan dengan membagikan gambar atau forward, berupa tangkapan layar dari orang lain. 4. YouTube: Dalam platform YouTube, penyebaran hoaks yang dilakukan berupa video, dalam video tersebut terdapat teks narasi penjelasan dalam penyebaran informasi yang bersifat hoaks. 5. Instagram: Dalam platform instagram, penyebaran hoaks yang dilakukan dengan memposting gambar atau video yang berisi informasi hoaks. Dengan menggunakan penjelasan yang menarik terkait

hoaks. 6. Tiktok: Dalam platform tiktok, penyebaran hoaks yang dilakukan dengan mengunggah video atau foto (carousel) dengan penjelasan informasi palsu untuk menarik perhatian publik. 7. Tidak Disebutkan: Ada beberapa berita penyebaran hoaks yang tidak disebutkan platform media apa yang telah menyebarkan informasi yang bersifat palsu. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa hoaks merupakan informasi yang sengaja dibuat atau disebarluaskan untuk menyesatkan, sering kali melalui berbagai media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, YouTube, dan TikTok. Penelitian ini memberikan pemahaman mendalam mengenai jenis-jenis hoaks, media distribusi, penyajian hoaks, serta teknik-teknik debunk hoaks yang efektif dalam konteks media sosial modern. Penelitian ini juga akan mendeskripsikan media sosial digunakan sebagai media distribusi hoaks, yang kemudian dibantah atau debunking oleh Kanal Cek Fakta Kompas.com 28 2.2

36 7

Penyajian Hoaks Penyajian hoaks merujuk pada format hoaks disampaikan dan dipresentasikan melalui berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, YouTube, dan TikTok. Format ini mencakup bagaimana hoaks disusun, diatur, disajikan, dan disampaikan kepada audiens misalnya teks, gambar, video. Berikut adalah elemen penyajian hoaks: 1. Gambar dengan teks (Image(s) with text): Ini melibatkan penggunaan gambar atau foto yang disertai dengan teks yang menyesatkan atau palsu untuk menyebarkan informasi yang tidak benar kepada audiens. 2. Video dengan teks (Video with text): Video yang telah diedit dengan tambahan teks untuk mengubah konteksnya atau menyebarkan informasi palsu dan menyesatkan kepada pemirsa. Teknik ini dapat memanipulasi persepsi pengguna terhadap suatu peristiwa atau topik tertentu. 3. Hanya teks (Only text): Hoaks atau informasi menyesatkan yang menggunakan teks saja untuk menyebarkan informasi palsu. Ini bisa berupa artikel palsu, unggahan media sosial, atau pesan teks yang dirancang untuk menyesatkan pembaca. 86 4. Infografis (Infographic): Infografis adalah gambar yang menggabungkan teks, grafik

data, simbol, dan elemen grafis lainnya untuk menyampaikan informasi. Dalam konteks hoaks, infografis dapat digunakan untuk menyebarkan data palsu atau menyesatkan.

5. Teks dengan tautan/lampiran (Text with a link/attachment): Teks yang disertai dengan tautan (link) untuk memberikan informasi lebih lanjut tentang klaim palsu. Ini bisa berupa tautan ke situs web palsu atau lampiran yang mengandung dokumen palsu atau manipulatif.

6. Gambar teks (Text image): Tangkapan layar (screenshot) dari unggahan palsu atau menyesatkan dari satu platform media sosial yang diposting di platform lain untuk menyebarkan informasi palsu. Ini sering digunakan untuk menyebarluaskan hoaks atau informasi palsu dari satu platform ke platform lain dengan tujuan agar tampak lebih meyakinkan atau luas penyebarannya (Kanozia, et al., 2021). Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penyajian hoaks 29 melibatkan format-format seperti gambar dengan teks, video dengan teks, hanya teks, infografis, teks dengan tautan/lampiran, dan gambar teks, yang disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial untuk mempengaruhi persepsi publik terhadap informasi dalam berita palsu (hoaks). Penelitian ini memberikan pemahaman mendalam mengenai penyajian hoaks yang digunakan dalam membantah berita debunk hoaks pada kanal cek fakta di Kompas.com. Dalam penyajian hoaks ini juga dapat membantu masyarakat untuk memahami berita debunk hoaks yang disebarluaskan melalui informasi asli.

## 2.2 62 8 Teknik Debunk Hoaks

Menurut Septiaji Eko Nugroho (Ketua Komunitas Masyarakat Indonesia Anti Fitnah), teknik debunk melibatkan penelusuran fakta, verifikasi sumber, dan analisis kritis terhadap informasi yang beredar. Teknik debunk sering melibatkan analisis kritis terhadap informasi yang dipresentasikan, termasuk verifikasi fakta, penelusuran sumber informasi, pengumpulan bukti, dan logika deduktif atau induktif. Berikut teknik yang tersedia:

1. Penelusuran gambar: Teknik yang digunakan untuk memeriksa kebenaran sebuah gambar atau visual yang beredar di internet untuk mendukung suatu klaim yang menunjukkan kebenaran atau klaim palsu.
- 2.

Penelusuran Video: Mengacu pada proses mencari dan menganalisis video yang beredar secara online untuk memeriksa kebenaran klaim, atau mengidentifikasi manipulasi yang mungkin ada di dalamnya. 3. Reverse Image Search di TinEye: Melakukan pencarian gambar terbalik (reverse image search) di mesin pencari Rusia Yandex untuk memverifikasi asal gambar dan menghilangkan prasangka klaim palsu, terutama berguna untuk gambar yang mungkin tidak mudah ditemukan di mesin pencari lain. 4. Membandingkan Gambar: Membandingkan gambar untuk menentukan keasliannya dan menghilangkan prasangka klaim palsu dengan mengidentifikasi perubahan atau manipulasi apa pun. 5. Pengamatan Video dengan Cermat: Menganalisis video dengan cermat untuk mengidentifikasi segala ketidaksesuaian atau inkonsistensi yang mungkin mengindikasikan manipulasi atau misinformasi, sehingga 30 menghilangkan prasangka narasi yang salah. 6. Pencarian Kata Kunci di Google menggunakan filter: Memanfaatkan filter penelusuran, seperti filter tanggal dan waktu, untuk melakukan penelusuran komprehensif di Google dan menghilangkan prasangka informasi yang salah dengan lebih efektif. 7. Wawancara Pejabat Pemerintah: Menghubungi otoritas atau organisasi terkait untuk memverifikasi informasi dan membantah klaim palsu dengan mendapatkan informasi akurat langsung dari sumbernya. 8. Wawancara Ahli: Wawancara pakar di bidang terkait untuk memverifikasi informasi dan menghilangkan prasangka hoaks dan informasi menyesatkan dengan memperoleh pendapat atau wawasan pakar. 9. Wawancara orang terkait: Menghubungi individu yang dikaitkan dalam hoaks dan informasi menyesatkan tersebut untuk memverifikasi informasi dan menghilangkan prasangka klaim palsu dengan mendapatkan klarifikasi atau konfirmasi langsung dari sumbernya. 10. Wawancara Polisi: Menghubungi otoritas penegak hukum untuk memverifikasi informasi dan membantah klaim palsu, khususnya dalam kasus yang melibatkan keselamatan publik atau insiden kriminal. 11. Merujuk Data dari Sumber Resmi: Menggunakan informasi dari sumber resmi atau primer untuk menghilangkan prasangka hoaks dan informasi menyesatkan

dan memberikan informasi akurat kepada khalayak (Kanozia, et al., 2021). 12. Google Lens: Melakukan penelusuran gambar yang diambil dari internet untuk menentukan apakah gambar tersebut asli atau telah di edit atau di manipulasi. 13. AI Voice Detector: Memverifikasi autentisitas rekaman audio, sehingga membantu dalam mengungkapkan informasi palsu atau manipulasi yang disebarkan melalui rekaman suara (Kanozia, et al., 2021). Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa teknik debunk hoaks melibatkan serangkaian strategi seperti penelusuran gambar dan video, wawancara dengan sumber terpercaya, dan penggunaan teknologi seperti AI Voice Detector. Penelitian ini memberikan penjelasan teknik debunk hoaks yang membantu dalam menanggapi berita debunk hoaks. Teknik debunk hoaks ini juga 31 digunakan untuk mendapatkan informasi dari sumber resmi atau seseorang yang terkait dalam berita yang disebarkan untuk membantah hoaks.

### 2.3 Kerangka Berpikir Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian ini berfokus pada fenomena berita debunk hoaks terkait Pemilu 2024 yang disajikan di Kanal Cek Fakta Kompas.com dalam periode 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Kompas.com menyajikan berita dengan struktur yang terdiri dari empat bagian utama: lead, narasi yang beredar, penelusuran, dan kesimpulan. Pada bagian lead, Kompas.com menyampaikan klaim awal dan memberikan gambaran singkat tentang hoaks yang dibantah, yang berfungsi 32 sebagai pengantar untuk memberikan konteks dan latar belakang singkat tentang hoaks tersebut. Pada bagian narasi yang beredar menjelaskan media sosial yang digunakan sebagai saluran distribusi hoaks dan rincian tentang konten klaim hoaks, termasuk format konten klaim hoaks yang disajikan dalam bentuk teks, gambar, video, atau kombinasi dari format-format tersebut. Pada bagian penelusuran menguraikan langkah-langkah yang diambil oleh Kompas.com untuk membantah hoaks, mencakup teknik-teknik debunk seperti penelusuran gambar, analisis video, wawancara sumber terkait, dan penggunaan alat-alat verifikasi lainnya, serta menyajikan hasil dari

proses penelusuran tersebut untuk menunjukkan bukti-bukti yang mendukung bantahan terhadap hoaks tersebut. Pada bagian kesimpulan, Kompas.com merangkum hasil penelusuran dan menegaskan jenis hoaks yang dibantah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penyajian berita terkait hasil pemeriksaan debunk hoaks pada Kanal Cek Fakta Kompas.com. Penelitian ini mengacu pada konsep-konsep utama, yaitu media online, jurnalisme online, hoaks, jenis hoaks, media distribusi hoaks, penyajian hoaks, dan teknik debunk hoaks. Metode yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif, yakni data dikumpulkan dan dianalisis secara sistematis untuk memahami bagaimana berita debunk hoaks disajikan di Kanal Cek Fakta Kompas.com. Hasil penelitian ini menemukan penyajian berita debunk hoaks Pemilu 2024 pada Kanal Cek Fakta Kompas.com dalam periode yang diteliti

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Pendekatan Penelitian Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif adalah digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu.

30 Pengumpulan data dilakukan dengan instrumen penelitian dan analisis data dilakukan secara kuantitatif atau artistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. 66 Menurut Kuncoro (2021), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dapat diukur dan dihitung secara langsung, mengenai informasi atau penjelasan dalam bentuk angka atau statistik. Afifatun (2021) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berdasarkan pada fakta atau kenyataan serta di dalamnya menggunakan banyak angka. 22 30 33 47 80 Banyak yang menyebutkan bahwa penelitian tersebut merupakan metode tradisional karena metode kuantitatif sudah cukup lama digunakan sehingga menjadi tradisi dalam penelitian. 22

30 60 Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengembangkan model-model matematis, teori-teori serta hipotesis yang berhubungan terhadap sebuah fenomena yang tujuannya menentukan hubungan antar variabel dalam suatu populasi. Oleh karena itu, penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai metode penelitian yang menggunakan angka-angka, sistematis, terencana, dan terstruktur, serta berlandaskan pada filsafat positivisme. 22 Penelitian

kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, dan menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistik atau cara lainnya dari suatu kuantifikasi.

24 Menurut Kholifah dan Suyadnya (2018), paradigma adalah kerangka pikir umum mengenai teori dan fenomena yang mengandung asumsi dasar, isu utama, desain penelitian, dan serangkaian metode untuk menjawab suatu pertanyaan penelitian. Paradigma ini mempengaruhi bagaimana objek diteliti dan dipersepsi. 24 Menurut Rakhmat dan Ibrahim (2016),

paradigma adalah kerangka pikir umum mengenai teori dan fenomena yang mengandung asumsi dasar, isu utama, desain penelitian, dan serangkaian metode untuk menjawab suatu pertanyaan penelitian. 35 Paradigma ini mempengaruhi bagaimana objek diteliti dan dipersepsi Menurut Pujileksono (2015) Paradigma adalah sejumlah proposisi yang menjelaskan 34 bagaimana dunia dihayati (perceived) mengandung pandangan mengenai dunia/world view, suatu cara untuk memecah-mecah kompleksitas dunia nyata, menjelaskan apa yang penting, apa yang memiliki legitimasi, dan apa yang masuk di akal.

35 110 Paradigma juga dapat berarti cara pandang mengenai suatu hal dengan dasar tertentu. Dalam kesimpulan, paradigma adalah suatu kerangka pikir yang mempengaruhi cara berpikir dan penelitian dalam suatu disiplin ilmu. Paradigma dapat berupa cara pandang, teori, atau pendekatan yang digunakan dalam penelitian dan mempengaruhi bagaimana objek diteliti dan dipersepsi.

31 Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme. 15 31 Paradigma penelitian kuantitatif berlandaskan positivisme. 15 19 31 33 34 Positivisme memandang realitas atau fenomena dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat (Hapsari, Mernisa, & Yustiana, 2016, p. 1). (Manzilati, 2017, p. 1)

mengartikan paradigma adalah cara pandang tertentu untuk memaknai suatu hal.

19 Pemaknaan tersebut bergantung pada paradigma apa yang digunakan. Penentuan paradigma penelitian merupakan proses yang penting dilakukan peneliti karena akan berkaitan dengan metode, kaidah-kaidah, dan

berpengaruh pada rangkaian kerja pelaksanaan sebuah penelitian (Daymon & Holloway, 2008, p. 22; 15 19 106 Muslim, 2015, p. 3.2 Metode Penelitian Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif. 17 49 91 Analisis isi kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif. Metode ini bertujuan untuk memahami dan mendalami isi pesan yang terkait dengan fenomena tertentu.

15 Menurut Ansori (2017, p. 14), penelitian kuantitatif merupakan penelitian terstruktur dan mengkuantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan. 15

51 Sedangkan menurut Duli (2019, p. 3), penelitian kuantitatif adalah kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data berdasarkan jumlah atau banyaknya data yang dilakukan secara objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum. 17 24 34 49 59 72 Secara umum, analisis

isi kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian

ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan

menarik inferensi dari isi. 59 Penelitian analisis isi kuantitatif harus

dikerjakan secara objektif. 15 Peneliti 35 memandang dunia sebagai

kenyataan yang ditentukan secara objektif sehingga proses pengumpulan

dan analisis data sangatlah penting (Duli, 2019). 8 82 Penelitian kuantitatif

sebagian besar dilakukan dengan menggunakan metode statistik yang

digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif dari studi penelitian. 3.3 Unit

Analisis Unit analisis merupakan bagian penting dari konten yang

diselidiki dalam penelitian, kemudian dianalisis untuk mencapai

kesimpulan tertentu. Bagian- bagian yang diteliti dari unit analisis

mencakup kata-kata, kalimat, gambar, adegan, dan paragraf. Unit

analisis juga dapat dianggap sebagai unit yang dapat diselidiki

secara individual, kelompok, objek, atau sebagai latar belakang

peristiwa sosial, seperti tindakan individu atau kelompok sebagai

subjek penelitian (Heriyanto, 2018). Berita yang dikutip untuk unit

analisis merupakan berita yang membahas mengenai hoaks pemilihan umum

2024. Lebih detailnya, berita yang membahas tentang hoaks pemilihan

umum ini ditujukan kepada masyarakat untuk menarik pendapat dari masing-masing publik. Hoaks pemilihan umum merujuk pada informasi palsu yang berkaitan dengan proses pemilihan umum yang akan dilakukan pada tahun 2024. Dengan adanya berita ini, media menyajikan isu-isu politik yang berasumsi bahwa hoaks pemilihan umum membuat masyarakat dengan mudah memilih berita hanya dilihat oleh sebuah tulisan yang diunggah melainkan sebuah fakta. Terdapat unit analisis dalam penelitian ini dengan mengambil data berupa artikel berita debunk pada kompas.com yang diperoleh total 67 berita debunk hoaks yang memuat label [HOAKS] dan [KLARIFIKASI].

Tabel 3. 1 Unit Observasi

3.4 Teknik Pengumpulan Data Menurut Sugeng Pujileksono yang dikutip dalam (Triyono, 2021, hlm. 82), teknik data merujuk pada metode dan langkah-langkah yang digunakan dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian teknik yang digunakan untuk pengumpulan data terdiri dari 2 jenis antara lain:

3.4 **61** 1. Data Primer 36 Data primer adalah informasi atau dokumen yang menjadi sumber utama dalam penelitian dan diperoleh langsung dari kegiatan penelitian di lapangan, sebagaimana disampaikan oleh Syafnidawaty (2020). Dalam penelitian ini, Teknik pengumpulan datanya menggunakan dokumentasi atau mengumpulkan data-data fakta mengenai sebuah isu politik. **102** Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa gambar, tulisan, kutipan dan artikel. Daolam penelitian ini juga, dokumen yang dikumpulkan berupa berita atau artikel hoaks pemilihan umum 2024 yang di unggah dalam media Kompas.com. 3.4 **10 43 57 93** 2. Data Sekunder Data sekunder menurut Sugiyono (2018) merupakan data yang diperoleh peneliti atau pengumpul data secara tidak langsung. Dalam penelitian ini, sumber data yang dimanfaatkan meliputi tinjauan pustaka, studi-studi pustaka, materi dari buku, serta jurnal dan artikel yang dapat dipercaya.

3.5 Metode Pengujian Data Salah satu aspek penting dalam penelitian adalah pengujian data. Pengujian data sangat krusial dalam penelitian kuantitatif karena memastikan kredibilitas dan keandalan data yang dikumpulkan. **95** Uji validitas dan

reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa data penelitian memiliki tingkat validitas yang memadai. Uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah temuan penelitian sesuai dengan realitas yang diamati, sedangkan uji reliabilitas bertujuan untuk menilai konsistensi hasil pengukuran. **47 69**

Menurut Sugiyono dalam Santy (2021), beberapa contoh uji keabsahan data dalam penelitian kuantitatif meliputi uji kredibilitas, dependabilitas, transferabilitas, dan konfirmabilitas. Pengujian keabsahan diperlukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat keabsahan yang memadai. Jika hasil penelitian telah disetujui atau diterima oleh subjek atau pihak terkait, penelitian tersebut dapat dianggap objektif. Uji validitas dalam penelitian kuantitatif mengevaluasi apakah temuan penelitian secara konsisten terkait dengan proses penelitian yang dilakukan. Oleh karena itu, validitas data menegaskan bahwa hasil penelitian mencerminkan realitas yang diamati. Validitas data juga memastikan bahwa data yang dikumpulkan oleh peneliti secara akurat merepresentasikan kejadian sebenarnya dalam konteks penelitian, sehingga keabsahan data yang disajikan oleh peneliti dapat dipercaya. Proses ini bertujuan **37** untuk memastikan objektivitas data dengan memastikan bahwa hasil analisis yang dilakukan oleh banyak orang memiliki kesesuaian konfirmabilitas merupakan indikator objektivitas yang dilakukan oleh individu lain dalam penelitian, yang berupa persetujuan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode uji konfirmabilitas persetujuan antar coder.

**97** Dimana uji konfirmabilitas penelitian dapat dikatakan objektif apabila data disepakati oleh banyak orang. Konfirmabilitas merujuk pada proses objektivitas yang melibatkan evaluasi oleh individu lain dari penelitian yang sama, dengan maksud untuk memverifikasi hasil penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan menguji kesesuaian antara hasil analisis oleh orang lain, yang merupakan coder yang dipilih oleh peneliti dan telah melakukan analisis yang serupa menggunakan lembar kode yang telah disiapkan sebelumnya. Kemudian,

REPORT #24529409

output dari lembar coding akan diperiksa oleh coder lainnya dan dibandingkan dengan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti sendiri. Setelah itu, peneliti akan menggunakan rumus Holsti untuk menghitung reliabilitas antar coder dengan tujuan untuk mengukur tingkat kesesuaian antara hasil analisis. Rumus reliabilitas antar-coder: Gambar 3. 1 Rumus Holsti (Sumber: Umn.ac.id)  $M = \text{Jumlah coding yang sama}$   $N_1 = \text{Jumlah coding yang dibuat oleh coder 1}$   $N_2 = \text{Jumlah coding yang dibuat oleh coder 2}$  Dalam rumus Holsti, terdapat ukuran angka mulai dari 0 sampai dengan 1. Angka 0 menunjukkan tidak reliabel dan angka 1 artinya reliabel sempurna. Selain itu, terdapat standar minimum reliabilitas yang dapat diterima, yaitu 70% atau 0,7. Jika hasil perhitungan reliabilitas kurang dari 70% atau 0,7, maka dianggap tidak reliabel, sementara jika lebih dari 70% atau 0,7, dianggap reliabel. Pada penelitian ini, Artikel berita yang akan peneliti gunakan sebanyak 67 berita debunk hoaks 38 dan klarifikasi pada portal berita Kompas.com. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 coder yaitu coder yang pertama adalah peneliti sendiri dan coder selanjutnya adalah Ratna Puspita yang merupakan dosen pembimbing Jurusan Ilmu Komunikasi dari Universitas Pembangunan Jaya.

Tabel 3. 2 Hasil Pengujian Reliabilitas Dimensi Indikator Coder 1 Coder 2 Uji Reliabilitas Persentase Jenis Hoaks

Indikator	Coder 1	Coder 2	Uji Reliabilitas	Persentase	Jenis Hoaks
Satire atau Parodi	3	3	$2(3)/(3+3)$	100%	Koneksi yang Salah (False Connection)
	10	10	$2(10)/(10+10)$	100%	Konten Menyesatkan (Misleading Content)
	6	6	$2(6)/(6+6)$	100%	Konteks yang Salah (False Context)
	12	13	$2(12)/(13+12)$	96%	Konten Tiruan (Imposter)
	18	18	$2(18)/(18+18)$	100%	Konten yang Dimanipulasi (Manipulated Content)
	18	17	$2(17)/(18+17)$	97%	Konten Palsu (Fabricated Content)
	51	51	$2(51)/(51+51)$	100%	Hoaks (False Information)
	9	5	$2(9)/(9+5)$	100%	Media Distribusi Hoaks Facebook
	9	5	$2(9)/(9+5)$	100%	Twitter
	9	5	$2(9)/(9+5)$	100%	WhatsApp
	9	5	$2(9)/(9+5)$	100%	YouTube
	9	5	$2(9)/(9+5)$	100%	Instagram
	9	5	$2(9)/(9+5)$	100%	Tiktok
					Tidak disebutkan

2 2 2(2)/(2+2) 100% Penyajian Hoaks Gambar + Teks 11 11 2(11)/(11+11) 100% Video + Teks 55 55 2(55)/(55+55) 100% Hanya Teks 1 1 2(1)/(1+1) 100% Infografis - - - - Teks + Link/Attachment - - - - Gambar Teks - - - - Teknik Debunk

Penelusuran gambar 20 19 2(19)/(20+19) 97% Penelusuran video 15 16 2(15)/(16+15) 96% Membandingkan Gambar 1 1 2(1)/(1+1) 100% Pengamatan Video dengan Cermat 26 25 2(25)/(26+25) 98% Reverse Image Search di TinEye 1 1 2(1)/(1+1) 100% Pencarian Kata Kunci di Google menggunakan filter 1 1 2(1)/(1+1) 100% Wawancara Pejabat Pemerintah 5 6 2(5)/(6+5) 90% Wawancara Ahli 1 1 2(1)/(1+1) 100% Wawancara Orang Terkait 1 1 2(1)/(1+1) 100% Wawancara Polisi - - - - 39 Merujuk Data dari Sumber Resmi 3 3 2(3)/(3+3) 100% Google Lens 4 4 2(4)/(4+4) 100% AI Voice Detector 2 2 2(2)/(2+2) 100% Sumber: Olahan Penelitian, 2024

Pada tabel hasil uji confirmability terdapat dua dimensi yang memperbolehkan penggunaan dua indikator di dalamnya, yaitu media distribusi hoaks dan teknik debunk. Pada jenis hoaks indikator yang diperbolehkan memilih dua adalah Facebook, Youtube dan Tiktok. Sedangkan teknik debunk yakni, pengamatan video dengan cermat, penelusuran video dan penelusuran gambar. Di sisi lain, dimensi penyajian hoaks dan jenis hoaks hanya memungkinkan penggunaan satu indikator. Dalam konteks media distribusi hoaks dan teknik debunk, hasil dari pengecekan data disajikan dengan menggunakan dua indikator untuk mendukung penyebaran berita debunk hoaks pada platform media Kompas.com. Hal ini menggambarkan bahwa dalam dimensi ini, penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua aspek yang digunakan untuk memvalidasi atau mengidentifikasi penyebaran hoaks. Selain itu, pada dimensi penyajian hoaks dan jenis hoaks, hasil dari data yang diperoleh dalam penyebaran hoaks hanya menggunakan satu indikator. Hal ini bertujuan untuk memberikan bukti konkret yang mengarah pada penolakan terhadap klaim palsu dengan fokus pada satu aspek saja, sesuai

dengan temuan yang ada. 3.6 Metode Analisis Data Data primer (dokumen dan wawancara) dan sekunder (karya ilmiah peneliti sebelumnya) dianalisis dalam penelitian kuantitatif. Karena data empiris yang dikumpulkan untuk penelitian ini tidak memiliki signifikansi kuantitatif dan tidak dapat diorganisasikan ke dalam kategori atau kerangka klasifikasi, data tersebut bersifat kuantitatif. Meskipun penelitian kuantitatif cenderung bersifat subjektif, peneliti tetap harus menjaga kualitas penelitian mereka. Oleh karena itu, penerapan metode analisis data kuantitatif yang dapat dipertanggungjawabkan dari awal hingga akhir penelitian sangatlah penting. Menurut Sarosa (2021: 3), penelitian ini melibatkan interaksi.

1. Reduksi Data Reduksi data adalah proses yang bertujuan untuk menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasikan data yang telah dikumpulkan dalam bentuk catatan atau tulisan menjadi ringkasan yang dapat dianalisis lebih lanjut. Proses ini dapat dilakukan secara berkelanjutan selama pengumpulan data. **108** Dalam reduksi data, peneliti mencari tema dan pola yang muncul dari data yang telah diperoleh. Tujuan utama dari penelitian kuantitatif ini adalah untuk mencapai hasil yang signifikan. Oleh karena itu, jika peneliti menemukan hal-hal yang unik, tidak biasa, atau pola tertentu selama proses penelitian, penting bagi mereka untuk melakukan reduksi data. Melalui proses ini, peneliti dapat mengungkap lebih banyak informasi baru yang memperkaya data yang telah dikumpulkan. **113** Dengan demikian, temuan dari data akan menjadi lebih jelas dan terarah.

2. Penyajian Data Ringkasan naratif, infografis, atau hubungan antar kategori adalah metode umum yang digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk menyajikan data. Penyajian data merupakan bagian penting dari penelitian kuantitatif karena membantu membuat informasi yang dikumpulkan lebih mudah dipahami, dianalisis, dan digunakan untuk menarik kesimpulan serta mengambil tindakan lanjutan. Penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi yang diperoleh ke dalam pola-pola yang saling berhubungan. Bergantung pada kebutuhan penelitian kuantitatif ini, data dapat



disajikan melalui penjelasan singkat, ilustrasi, atau hubungan antar kategori. Selain itu, prosa naratif kadang-kadang digunakan untuk menyajikan materi secara lebih menyeluruh. Dengan penyajian data yang tepat, pembaca akan lebih mudah memahami konteks dan implikasi temuan penelitian, yang kemudian dapat dijadikan dasar untuk merencanakan langkah-langkah selanjutnya. 3. Verifikasi/penarikan kesimpulan Setelah penarikan kesimpulan, analisis lanjutan akan dilakukan dengan merujuk pada data yang telah disajikan. Pada tahap ini, hasil penelitian dapat divalidasi lebih lanjut selama proses penelitian masih berlangsung. Hasil yang awalnya mungkin kurang jelas akan menjadi lebih rinci dan mendalam, memungkinkan identifikasi hubungan kausal, interaktif, 41 hipotesis, atau teori yang lebih jelas. 56 100 Penelitian

kuantitatif sering menghasilkan temuan baru yang belum pernah ditemukan sebelumnya.

56 Temuan ini bisa berupa hubungan kausal atau interaktif, teori atau hipotesis baru, atau deskripsi yang lebih mendalam tentang fenomena yang sebelumnya kurang dipahami. Proses analisis dalam penelitian kuantitatif biasanya melibatkan penggunaan strategi coding, seperti yang diajukan oleh Strauss dan Corbin, untuk mengorganisir dan memahami data dengan lebih baik. Dalam tahap ini, peneliti mendapatkan data yang diinginkan bukan berarti peneliti memahami fenomena yang sedang diteliti. Karena penelitian kualitatif bertujuan untuk mengupas secara mendalam apa yang terjadi dari sebuah peristiwa melalui perspektif peneliti. Peneliti juga perlu untuk memahami dan menyatu dengan data kualitatif yang sudah diperoleh oleh peneliti. Tabel 3. 3

Operasionalisasi Konsep Dimensi Indikator Keterangan Jenis Hoaks Satire atau parodi Disinformasi disajikan menggunakan humor atau sindiran, atau imitasi untuk menggambarkan suatu keadaan, gagasan, atau individu dengan cara mengalihkan atau memutar keadaan aslinya. Koneksi yang Salah (False Connection) Disinformasi disajikan menggunakan dua atau lebih hal yang sebenarnya tidak berhubungan dihubungkan bersama untuk menciptakan kesan palsu atau menyesatkan. Konten Menyesatkan (Misleading

Content) Disinformasi disajikan menggunakan dua atau lebih hal yang sebenarnya tidak berhubungan dihubungkan bersama untuk menciptakan kesan palsu atau menyesatkan. **40 Konteks yang Salah (False Context)** Disinformasi disajikan dengan cara menempatkan informasi atau pernyataan yang akurat dalam konteks yang salah atau menyesatkan atau tidak akurat sehingga mengubah makna atau interpretasi aslinya. Konten Tiruan (Imposter) Disinformasi disajikan dengan cara seseorang atau sesuatu berpura-pura menjadi orang atau entitas lain. Konten yang Dimanipulasi (Manipulated Content) Disinformasi disajikan dengan cara mengedit atau memanipulasi konten asli (dapat berupa foto, video, atau teks) sehingga maknanya berubah. Konten Palsu (Fabricated Content) Disinformasi disajikan dengan cara membuat konten (dapat berupa cerita palsu, gambar palsu, atau informasi palsu lainnya) sepenuhnya dari imajinasi atau tanpa dasar fakta yang nyata. Hoaks (False Information) Informasi yang tidak benar atau salah atau memungkiri fakta. Media Distribusi Hoaks Facebook Facebook digunakan sebagai platform penyebaran hoaks. Twitter Twitter digunakan sebagai platform penyebaran hoaks. Whatsapp Whatsapp digunakan sebagai platform penyebaran hoaks. YouTube YouTube digunakan sebagai platform penyebaran hoaks. Instagram Instagram digunakan sebagai platform penyebaran hoaks. Tiktok Tiktok digunakan sebagai platform penyebaran hoaks. Tidak Disebutkan Tidak secara spesifik menyebutkan media distribusi atau hanya disebutkan dari media sosial. Penyajian Hoaks Gambar + Teks Hoaks disajikan menggunakan gambar atau foto disertai teks. Video + Teks Hoaks disajikan menggunakan video yang telah diedit dengan tambahan teks. Hanya Teks Hoaks disajikan hanya menggunakan teks. Infografis Hoaks disajikan menggunakan gambar yang menggabungkan teks, grafik data, simbol, dan elemen grafis lainnya. Teks + Link/Attachment Hoaks disajikan menggunakan teks yang disertai dengan tautan atau lampiran. Gambar Teks Hoaks yang berupa tangkapan layar (screenshot) dari posting palsu dari satu platform media sosial. Teknik Debunk

Penelusuran gambar Pemeriksaan fakta dengan melakukan penelusuran gambar.  
43 Penelusuran video Pemeriksaan fakta dengan melakukan penelusuran video. Membandingkan Gambar Pemeriksaan fakta dengan membandingkan gambar. Pengamatan Video dengan Cermat Pemeriksaan fakta dengan menganalisis video dengan cermat. Reverse Image Search di TinEye Pemeriksaan fakta dengan melakukan penelusuran gambar menggunakan aplikasi TinEye. Pencarian Kata Kunci di Google menggunakan filter Pemeriksaan fakta dengan menggunakan kata kunci spesifik di Google dan memanfaatkan filter penelusuran. Wawancara Pejabat Pemerintah Pemeriksaan fakta dengan menghubungi otoritas atau organisasi terkait untuk memverifikasi dan membantah informasi. Wawancara Ahli Pemeriksaan fakta dengan wawancara pakar di bidang terkait untuk memverifikasi informasi. Wawancara Orang Terkait Pemeriksaan fakta dengan menghubungi individu yang dikaitkan dalam hoaks tersebut. Wawancara Polisi Pemeriksaan fakta dengan menghubungi otoritas penegak hukum untuk memverifikasi dan membantah informasi. Merujuk Data dari Sumber Resmi Pemeriksaan fakta menggunakan informasi dari sumber resmi atau primer Google Lens Pemeriksaan fakta dengan menggunakan Google Lens. AI Voice Detector Pemeriksaan fakta dengan menggunakan AI Voice Detector 44 Sumber: Olahan Penelitian, 2024 3.7 Keterbatasan Penelitian Penelitian analisis isi penyajian berita pada kanal cek fakta media online kompas.com ini memiliki beberapa keterbatasan penelitian, yakni penelitian ini dibatasi pada periode masa kampanye dimulai dari 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Hal ini dapat mempengaruhi representasi hoaks yang diamati. Misalnya, jika hanya periode sebelum pemilihan yang diamati, maka hoaks yang muncul setelahnya tidak akan tercakup. 45 46 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian Pada bagian ini, akan diberikan penjelasan singkat mengenai profil situs berita online di Indonesia, dengan fokus khusus pada pembahasan utama dalam penelitian ini, yaitu Kompas.com. Dalam penelitian ini, Kompas.com dipilih sebagai subjek utama karena reputasinya yang kuat dalam

penyajian berita serta perannya yang signifikan dalam lanskap media online di Indonesia. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana Kompas.com menyajikan berita terkait hoaks pemilu dalam periode tertentu, yaitu dari 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024.

Penelitian ini akan mengevaluasi teknik-teknik yang digunakan oleh Kompas.com dalam mengidentifikasi, memverifikasi, dan menyajikan berita yang mengandung hoaks. Penjelasan ini akan memberikan gambaran umum mengenai Kompas.com sebagai situs berita yang menyediakan informasi akurat dan terpercaya. Hal ini penting untuk memahami konteks dan relevansi penelitian yang akan dilakukan, terutama dalam mengevaluasi penyajian berita debunk hoaks selama masa kampanye Pmeilu 2024.

4.1.1 Profil Media Kompas.com Gambar 4. 3 5 6 7 8 9 11 12 32 1 Profil Media

Kompas.com Kompas.com merupakan salah satu pelopor dalam dunia media daring di Indonesia, berawal dari kehadirannya di Internet pada tanggal 14 September 1995 dengan nama Kompas Online (KOL).

2 3 5 6 7 8 9 11 12 18 32 Pada awalnya, Kompas Online, dikenal juga sebagai KOL, hanya menampilkan salinan berita harian Kompas yang diterbitkan 47 pada hari yang sama. 2 3 5 6 7 8 9 11 12 13 18 26 32 45 Sasarannya adalah untuk memberikan akses kepada pembaca harian Kompas di daerah-daerah yang sulit dijangkau oleh distribusi konvensional Kompas. 2 3 4 5 6 7

8 9 11 12 13 18 26 38 45 Dengan adanya Kompas Online, para pembaca harian Kompas, terutama di wilayah Indonesia timur dan di luar negeri, dapat merasakan sensasi harian Kompas secara langsung tanpa harus menunggu sehari-hari seperti sebelumnya. 2 3 4 5 6 7 8 9 11 12 13 16 18 26 38

63 Kemudian, untuk meningkatkan kualitas layanan, pada awal tahun 1996, alamat Kompas Online diubah menjadi www.kompas.com. Perubahan ini membuat Kompas Online semakin diminati oleh pembaca harian Kompas di luar negeri. 2 3

4 5 6 8 9 11 12 13 14 16 28 50 67 Mengenali potensi besar dalam ranah digital, Kompas Online kemudian dipertajam menjadi sebuah entitas bisnis mandiri di bawah naungan PT Kompas Cyber Media (KCM) pada tanggal 6 Agustus 1998.

2 3 4 5 6 7 8 9 11 12 16 28 53 81 Sejak saat itu, Kompas Online lebih

dikenal dengan sebutan KCM. 4 5 6 7 8 9 11 14 16 28 53 Pada masa ini, pengunjung KCM tidak hanya mendapatkan salinan harian Kompas, tetapi juga informasi terkini sepanjang hari. 4 5 6 7 8 9 14 16 28 53 Jumlah pengunjung KCM meningkat dengan cepat sejalan dengan pertumbuhan pengguna Internet di Indonesia. 4 5 6 7 8 9 14 50 Akses terhadap informasi melalui Internet kini menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari kita, sementara dunia digital terus berubah dari masa ke masa. Sebagai respons terhadap perubahan tersebut, KCM melakukan penyempurnaan. 5 14 Pada tanggal 29 Mei 2008, portal berita ini melakukan rebranding menjadi Kompas.com, mengembalikan fokus pada merek Kompas yang terkenal dengan jurnalisme yang bermakna. 5 Berbagai saluran berita ditambahkan dan kualitas penyajian berita ditingkatkan untuk memberikan informasi yang terkini dan aktual kepada pembaca. 5 79 Melalui rebranding Kompas.com, portal berita ini ingin menegaskan komitmennya untuk menjadi acuan dalam jurnalisme yang berkualitas di tengah arus informasi yang seringkali ambigu. Kompas.com memiliki visi dan misi dalam menjalankan tugasnya sebagai media online, yang dimana pada visinya Kompas berkomitmen untuk menjadi lembaga yang memberikan pencerahan bagi kemajuan masyarakat Indonesia yang demokratis dan berbudaya, serta mengutamakan prinsip-prinsip dan nilai-nilai kemanusiaan. Visi Kompas dalam bidang jurnalistik adalah ikut serta dalam pembangunan masyarakat Indonesia yang didasarkan pada Pancasila melalui konsep humanisme transcendental (persatuan dalam perbedaan), dengan menghargai hak-hak individu dan masyarakat yang adil dan sejahtera. Sedangkan pada misi Kompas yaitu mengantisipasi dan merespons perubahan yang terjadi dalam masyarakat secara profesional, sambil mengambil peran sebagai penentu tren (trend setter) dengan menyajikan serta menyebarkan informasi yang dapat dipercaya, adalah misi yang diemban oleh Kompas. Kompas.com memiliki komitmen kuat untuk menyajikan isu politik dengan akurat, seimbang, dan profesional. Mereka berupaya untuk menjadi sumber informasi terpercaya bagi pembaca dalam hal politik, dengan mengutamakan keberimbangan dalam penyajian

berita serta memastikan bahwa berita yang disampaikan telah melalui proses verifikasi yang cermat. Dalam menghadapi isu hoaks atau berita palsu, Kompas.com juga berperan aktif dalam memerangi penyebaran informasi yang tidak benar. Mereka melakukan verifikasi terhadap informasi yang diterima sebelum menyajikannya kepada pembaca, serta memberikan penjelasan yang jelas dan terperinci tentang kebenaran atau ketidakbenaran suatu informasi. Kompas.com juga sering kali menyajikan artikel- artikel dan liputan khusus yang membahas tentang fenomena hoaks, memberikan pemahaman kepada pembaca tentang cara mengidentifikasi dan menghindari penyebaran informasi yang tidak benar di era digital ini. Dengan demikian, Kompas.com berperan sebagai garda terdepan dalam menyajikan berita politik yang berkualitas serta melawan penyebaran hoaks di ranah media online. Kompas.com terkadang dianggap layak menerima berbagai penghargaan. **2 3 4** Diantaranya adalah WAN IFRA Silver Award - Media Sosial Terbaik, WAN IFRA Silver Award - Media Online Terbaik, Indonesia Brand Champion Award - Content Provider Brand Champion: Brand Penyedia Berita Online Terpopuler, Kementerian Pemberdayaan Perlindungan Perempuan dan Anak: Media dalam Kategori Media Online Inspirasi Perempuan Indonesia, Digital Marketing Awards - Situs Hebat (Kategori: Portal Berita), Penghargaan Adinegoro Dalam Rangka Hari Pers Nasional, Penghargaan Hassan Wirajuda - Kementerian Luar Negeri RI: Kategori A (Wartawan/Media Terbaik), Brand Berpengaruh - Platform Berita 49 Online Merek Terbaik, Penghargaan Pemasaran Digital - Website Hebat (Kategori: Situs Berita), Merek Berpengaruh - Pencarian Bisnis Online Merek Terbaik, Kontak Festival Film Indonesia - Pemenang Piala Citra kategori Film Animasi Terbaik (Surat untuk Jakarta) , Hellofest Award - Film Terbaik (Surat untuk Jakarta), Maya Cup - Film Dokumenter Pendek Pilihan (Speechless Theater: Sena Didi Mime), WOW Brand Award - Gold Champion (Kategori Situs Berita) dan masih banyak lagi penghargaan di kategori lainnya (Kompas.com , 2023, bagian Tentang Kami). Kompas.com menyajikan berita

dalam berbagai bidang dan topik antara lain politik, ekonomi, bisnis, hukum, teknologi, kesehatan, olahraga, hiburan, lingkungan hidup, dan banyak lagi. 14

64 Kompas.com menyajikan topik-topik tersebut dalam kanal News, IKN, Tekno, Otomotif, Bola, Lifestyle, Tren, Lestari, Health, Money, Properti, Food, UMKM, Edukasi, Travel, VIK atau Visual Interaktif Kompas, dan Cek Fakta.

Penelitian ini akan memfokuskan pada Kanal Cek Fakta yang membuat berita debunk hoaks, khususnya berita debunk hoaks selama masa kampanye Pemilu 2024, yakni 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Kanal Cek Fakta ini memainkan peran penting dalam memastikan informasi yang tersebar di masyarakat adalah akurat dan terpercaya, sehingga membantu publik dalam membuat keputusan yang berdasarkan fakta. Selama masa kampanye Pemilu 2024, di mana penyebaran hoaks cenderung meningkat, kanal ini menjadi sumber penting untuk mengidentifikasi dan mengklarifikasi informasi palsu yang dapat mempengaruhi opini publik dan integritas proses demokrasi. 4.1 1 2 Kanal Cek

Fakta Kompas.com Kompas.com telah melakukan cek fakta sejak 2016.

Pada tahun 2018, Kompas.com membentuk Tim Cek Fakta sebagai tim khusus untuk memverifikasi informasi yang beredar di media sosial.

Saat ini, tim tersebut terdiri dari 9 reporter dan 4 editor yang memiliki kemampuan khusus dalam penelusuran cek fakta. 50 Mereka menangani misinformasi yang berdampak pada masyarakat dan berpotensi menyesatkan jika tidak segera diluruskan. Tim Cek Fakta melakukan pemantauan isu menggunakan alat seperti Crowdtangle untuk melihat sebaran misinformasi di Facebook dan Instagram, serta memantau percakapan di media sosial dan grup chat. Informasi yang diverifikasi oleh

Tim Cek Fakta Kompas.com dikategorikan sebagai informasi viral, pesan berantai, dan isu dengan dampak signifikan. Proses kerja pemeriksaan fakta dilakukan dalam tiga tahap. Tahap pertama adalah pemantauan misinformasi, yakni menelusuri misinformasi yang menyebar di media sosial atau grup percakapan. Tahap kedua adalah identifikasi informasi, yakni mengkaji mengapa informasi tersebut cepat menyebar, kelayakan

verifikasi, dan dampaknya bagi masyarakat. 1 Tahap ketiga adalah verifikasi, yakni verifikasi: Melakukan penelusuran digital, verifikasi data, atau wawancara dengan pihak berwenang. Alat yang digunakan meliputi Google Image Search, Yandex, dan lainnya. 1 10 Verifikasi juga dilakukan melalui wawancara dengan pihak terkait dan para ahli sesuai isu yang diklarifikasi. 1 Setelah semua proses selesai, artikel cek fakta akan ditayangkan. Hasilnya adalah [HOAKS] jika informasi benar-benar salah atau [KLARIFIKASI] jika informasi tidak sepenuhnya salah dan perlu diluruskan. 1 3 6 7 13 20 29 46 90 Dengan tagline 7 10 “Jernih Melihat Dunia, 1 3 6 7 13 20 29 46 90 Kompas.com berkomitmen menyajikan informasi obyektif, utuh, independen, dan tidak bias oleh berbagai kepentingan. 1 2 7 13 14 29 Kompas.com menyajikan berita dalam berbagai bentuk: hardnews, softnews/feature, wrap-up pagi, liputan khusus, hingga long-form. 1 2 7 8 20 29 46 73 Laporan mendalam disajikan dalam bentuk multimedia storytelling melalui Visual Interaktif Kompas (VIK). 2 20 Kecepatan dalam penyajian berita penting, namun Kompas.com tetap mengutamakan akurasi dengan memegang prinsip 7 9 “Get it first, but first get it right 20 Kompas.com memiliki tim media sosial yang memonitor percakapan secara real-time dan memberikan hasilnya kepada tim redaksi. Redaksi menyaring informasi dari media sosial dan lapangan untuk memvalidasi kebenaran. 1 2 3 6 10 13 16 20 73 Proses verifikasi melibatkan observasi lapangan, narasumber, dan data. 1 2 3 6 16 20 Observasi lapangan menjadi prioritas utama untuk mendapatkan fakta orisinal. Narasumber 51 yang terpercaya dan data dari sumber resmi memastikan berita akurat. 1 Kompas.com menjalankan praktik jurnalistik sesuai kode etik dalam Undang-Undang Pers. Pembaca dapat menyampaikan ralat, koreksi, dan hak jawab melalui email ke redaksikcm@kompas.com. Redaksi akan mengevaluasi dan mengoreksi artikel jika ditemukan kesalahan. 1 Hak jawab berupa klarifikasi dan perbaikan berita juga disediakan. Jika pihak terkait belum puas, mediasi dapat dilakukan melalui Dewan Pers. 1 7 20 Kompas.com dimiliki oleh PT Kompas Cyber Media di bawah grup Kompas Gramedia. 1 29 Pengeluaran Kompas.com untuk

biaya karyawan, event, maintenance server, dan pengembangan teknologi didanai oleh pendapatan dari bisnis advertising, event production, dan content marketing. Kompas.com mengedepankan akurasi dan independensi dalam setiap artikel, tidak terkait dengan partai politik, dan menghargai nilai kemanusiaan. **1 81** Karyawan Kompas.com dilarang terlibat dalam kegiatan politik sesuai Peraturan Perusahaan PT Kompas Cyber Media. 4.2

Hasil Analisis 4.2.1 Frekuensi Penyajian Berita Debunk Hoaks pada

Kompas.com Tabel 4. 1 Frekuensi Berita Debunk Hoaks Bulan Jumlah

Berita Persentase November 3 4.48% Desember 25 37.31% Januari 24

35.82% Februari 15 22.39% Jumlah 67 100% Sumber: Olahan Peneliti

Penelitian ini bertujuan menjelaskan penyajian berita terkait hasil pemeriksaan debunk hoaks yang meliputi jenis hoaks, media distribusi hoaks, penyajian hoaks, dan teknik debunk hoaks, pada Kanal Cek Fakta di Kompas.com periode 28 November 2023–10 Februari 2024.

Pada ini, Kanal Cek Fakta di 52 Kompas.com secara aktif

mempublikasikan berita debunk hoaks, dengan tren yang bervariasi sesuai dengan intensitas aktivitas kampanye politik. Pada bulan November 2023,

terdapat 3 berita debunk hoaks dengan persentase 4.48%. Meskipun

hanya meliputi 3 berita dari total periode penelitian, kanal ini

memulai publikasinya dengan konsisten. Jumlah berita yang dipublikasikan sebanyak 3 berita atau Kompas.com menayangkan 1 berita debunking

hoaks setiap hari selama November 2023. Penayangan ini mencerminkan

awal masa kampanye politik, yang menandai dimulainya aktivitas

kampanye politik dan kebutuhan untuk melawan informasi hoaks mulai

meningkat. Selanjutnya, bulan Desember 2023 menunjukkan paling banyak

mempublikasikan berita debunk hoaks dalam frekuensi berita debunking hoaks dibandingkan bulan sebelumnya, yakni total 25 berita yang

dipublikasikan dalam 31 hari, dengan persentase sebesar 37.31%. Bulan

Desember 2024, aktivitas kampanye mulai meningkat dan ada

penyelenggaraan debat kandidat pertama pada 12 Desember 2023 dan

debat kandidat kedua pada 22 Desember 2023. Pada bulan Januari

2024, berita debunking hoaks menunjukkan selisih satu berita dari bulan sebelumnya. Tercatat ada 24 berita yang dipublikasikan dalam 31 hari dengan persentase 35.82%. Angka ini menunjukkan adanya upaya berkelanjutan dalam melawan hoaks. Pada bulan ini, aktivitas kampanye dan debat kandidat masing berlangsung. Dua debat kandidat yang dilangsungkan pada bulan Januari 2024, yakni debat ketiga pada 7 Januari 2024, debat keempat pada 21 Januari 2024. Selanjutnya pada bulan Februari 2024 menunjukkan lonjakan signifikan dalam frekuensi berita debunk hoaks. Dalam 10 hari pertama bulan ini, terdapat 15 berita yang dipublikasikan, dengan persentase sebesar 22.39%. Peningkatan ini bertepatan dengan intensitas kampanye yang lebih tinggi, termasuk kampanye rapat umum dan iklan media. Selain itu, ada debat kandidat terakhir pada 4 Februari 2024. Hal-hal itu menyebabkan peningkatan penyebaran informasi hoaks sehingga ada kebutuhan yang lebih besar bagi Tim Cek Fakta Kompas.com untuk melakukan klarifikasi dan debunking hoaks. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa frekuensi berita debunk hoaks pada Kanal Cek Fakta di Kompas.com bervariasi sesuai dengan intensitas aktivitas kampanye politik. Ketika aktivitas kampanye meningkat, begitu pula 53 kebutuhan untuk mempublikasikan berita debunk hoaks guna melawan informasi yang salah dan menyesatkan di tengah masyarakat. Bulan Februari 2024 menandai puncak frekuensi publikasi berita, yang mungkin berkorelasi dengan semakin intensifnya kampanye menjelang akhir periode.

#### 4.2.2 Tabel Hasil Penelitian

Dimensi Indikator	Frekuensi
Persentase Jenis Hoaks Satire atau Parodi	3 4,5%
Koneksi yang Salah (False Connection)	6 8,9%
Konten Menyesatkan (Misleading Content)	10 14,9%
Konteks yang Salah (False Context)	12 17,9%
Konten Tiruan (Imposter)	0%
Konten yang Dimanipulasi (Manipulated Content)	18 26,8%
Konten Palsu (Fabricated Content)	0,0%
Hoaks (False Information)	18 26,8%
Media Distribusi Hoaks	
Facebook	51 76,1%
Twitter	0%
WhatsApp	0%
YouTube	9 13,4%
Instagram	5 7,5%

REPORT #24529409

TikTok 9 13,4% Tidak disebutkan 2 3% Penyajian Hoaks Gambar + Teks 11 16,4% Video + Teks 55 82,1% Hanya Teks 1 1,5% Infografis - 0% 54 Teks + Link/Attachment - 0% Gambar Teks - 0% Teknik Debunk Penelusuran gambar 20 29,9% Penelusuran video 15 22,4% Membandingkan Gambar 1 1,5% Pengamatan Video dengan Cermat 26 38,8% Reverse Image Search di TinEye 1 1,5% Pencarian Kata Kunci di Google menggunakan filter 1 1,5% Wawancara Pejabat Pemerintah 5 7,5% Wawancara Ahli 1 1,5% Wawancara Orang Terkait 1 1,5% Wawancara Polisi - 0% Merujuk Data dari Sumber Resmi 3 4,5% Google Lens 4 6% AI Voice Detector 2 3% Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Penelitian ini bertujuan menjelaskan penyajian berita terkait hasil pemeriksaan debunk hoaks yang meliputi jenis hoaks, media distribusi hoaks, penyajian hoaks, dan teknik debunk hoaks, pada Kanal Cek Fakta di Kompas.com periode 28 November 2023–10 Februari 2024. Kanal Cek Fakta Kompas.com menyajikan berita debunk dengan struktur yang terdiri atas lima bagian, yakni judul, lead atau paragraf pertama berisi pernyataan awal, isi berita menjelaskan tentang narasi yang beredar dan penelusuran fakta, serta penutup berisi kesimpulan. Judul berita debunk biasanya diawali dengan tag “[HOAKS]” atau “[KLARIFIKASI]” untuk langsung menunjukkan bahwa berita tersebut berfokus pada pembantahan atau pelurusan informasi yang salah atau keliru. Misalnya, “[HOAKS] Jokowi Instruksikan Aparat Desa Memenangkan Salah Satu Paslon” atau “[KLARIFIKASI] Gibran Bagikan Gantungan Kunci Saat Kampanye di Makassar” . Bagian lead atau paragraf awal berisi pernyataan awal yang menyajikan klaim yang beredar atau yang menjadi dasar dari hoaks tersebut. 88

Misalnya, Pada 55 berita debunking hoaks berjudul 1 “[HOAKS] Jokowi Instruksikan Aparat Desa Memenangkan Salah Satu Paslon” 88 yang ditayangkan pada 28 November 2023, Kompas.com mengawalinya dengan pernyataan: 1 “Beredar narasi bahwa Presiden Joko Widodo memberikan instruksi kepada aparat desa untuk memenangkan salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden. Narasi itu disebar bersama sebuah video yang menampilkan

rombongan aparatur sipil negara (ASN) berjalan menuju bus. Pembuat video menyebutkan, rombongan tersebut merupakan perangkat desa di seluruh Kecamatan Tulungagung yang akan diberangkatkan untuk bertemu Jokowi. 1 6 Berdasarkan penelusuran Tim Cek Fakta Kompas.com, narasi itu tidak benar atau hoaks

Bagian isi berita terkait dengan narasi yang beredar berfungsi untuk menjelaskan klaim atau narasi yang beredar di masyarakat atau di media sosial. Kompas.com menyertakan deskripsi tentang bagaimana narasi tersebut tersebar, seperti melalui video atau postingan di platform media sosial tertentu. Contohnya, dalam berita tentang Jokowi, disebutkan bahwa narasi ini disebarakan bersama sebuah video yang menunjukkan aparat desa berjalan menuju bus. Pada bagian isi berita terkait penelusuran Kompas.com, Tim Cek Fakta melakukan verifikasi atau penelusuran untuk mengecek kebenaran dari narasi yang beredar. Proses penelusuran bisa melibatkan berbagai teknik, seperti menggunakan Google Lens, merujuk pada pemberitaan media lain yang kredibel, atau meninjau video yang relevan. Ini adalah bagian inti dari berita debunk, di mana fakta-fakta yang ditemukan tim cek fakta disajikan untuk membantah narasi yang salah. Misalnya, dalam berita tentang Gibran, tim melakukan penelusuran dengan melihat video kegiatan dan memastikan bahwa yang dibagikan Gibran adalah gantungan kunci, bukan amplop berisi uang. Pada bagian penutup yang berisi kesimpulan ini merangkum hasil dari penelusuran dan memberikan klarifikasi atau pembantahan yang tegas mengenai narasi yang beredar. Kesimpulan biasanya disampaikan dengan bahasa yang jelas dan sederhana untuk memastikan pembaca memahami bahwa narasi yang beredar tersebut tidak benar atau disebarakan dengan konteks yang keliru. Misalnya, dalam 56 kedua contoh berita, Kompas.com menegaskan bahwa video yang beredar disebarakan dengan konteks yang salah. Struktur ini untuk memberikan kejelasan dan memastikan bahwa berita debunk hoaks telah memeriksa hoaks yang didistribusikan melalui media sosial, format penyajian hoaks, teknik debunk yang digunakan, dan kesimpulan jenis hoaks yang

beredar. Penyajian ini agar berita debunk hoaks yang ditayangkan dapat dipertanggungjawabkan, dengan langkah-langkah verifikasi yang transparan. Jenis hoaks menunjukkan kesimpulan mengenai konten hoaks yang beredar di media sosial dan dibantah melalui proses debunking. **42** Jenis hoaks dapat ditemukan dalam bagian kesimpulan atau bagian akhir dari berita debunk hoaks pada Kanal Cek Fakta Kompas.com. Jenis hoaks yang ditemukan dalam penelitian ini, yakni satire/parodi, koneksi yang salah (false connection), konten menyesatkan (misleading content), konteks yang salah (false context), konten yang dimanipulasi (manipulated content), dan hoaks (false information). Sementara itu, jenis hoaks yang tidak ditemukan, yakni konten tiruan (imposter), dan konten palsu (fabricated content). Media distribusi hoaks menunjukkan media yang menjadi saluran distribusi hoaks, yang kemudian dibantah (debunking) oleh pengecek fakta Kanal Cek Fakta Kompas.com. Media distribusi hoaks dapat ditemukan pada bagian narasi yang beredar. **41** Penelitian ini menemukan bahwa media sosial yang digunakan sebagai media distribusi hoaks, yakni Facebook, YouTube, Instagram, dan TikTok. Ada juga beberapa berita yang tidak menyebutkan media sosial yang menjadi media distribusi hoaks. Sementara itu, penelitian ini tidak menemukan Twitter dan Whatsapp digunakan sebagai media distribusi hoaks. Penyajian hoaks merupakan format hoaks ditampilkan dalam berita debunk hoaks. Pada berita debunk hoaks, penyajian hoaks dapat ditemukan pada bagian narasi yang beredar setelah menyebutkan media sosial yang menjadi media distribusi hoaks. Penelitian ini menemukan tiga format penyajian hoaks, yakni gambar dan teks, video dan teks, serta hanya teks. Penelitian ini tidak menemukan hoaks disajikan dalam format infografis, teks dan pranala (link)/sematan (attachment), dan gambar teks. 57 Teknik debunking merupakan cara yang dilakukan oleh Kompas.com untuk membantah hoaks yang beredar di media sosial. Teknik debunking dapat ditemukan pada bagian penelusuran berita debunk hoaks pada Kanal Cek Fakta Kompas.com. Dalam penelitian ini, teknik-teknik

debunk yang digunakan oleh Kompas.com meliputi penelusuran gambar, penelusuran video, membandingkan gambar, pengamatan video dengan cermat, reverse image search di TinEye, pencarian kata kunci di Google menggunakan filter, wawancara pejabat pemerintah, wawancara ahli, wawancara orang terkait, merujuk data dari sumber resmi, Google Lens, dan AI voice detector. Sementara itu, hanya wawancara polisi yang tidak ditemukan digunakan dalam proses debunking yang dilakukan oleh Kanal Cek Fakta Kompas.com.

#### 4.2.3 Penyajian Berita Debunk Hoaks pada Kompas.com

##### 4.2.3.1 Jenis Hoaks Gambar

### 4.2 Jenis Hoaks pada Berita Debunk Hoaks (Sumber: Olahan Peneliti)

Penelitian ini menganalisis 67 berita debunk hoaks Pemilu 2024, atau berita yang mengungkap dan membantah hoaks tentang Pemilu 2024 yang beredar di masyarakat, pada Kanal Cek Fakta Kompas.com. Penelitian ini mengungkap bahwa Kanal Cek Fakta berhasil mengidentifikasi dan mengategorikan hoaks ke dalam beberapa jenis utama. Hasil analisis menampilkan bahwa jenis hoaks tentang Pemilu 2024 yang paling dominan atau paling banyak dibantah (debunk) oleh Kanal 58 Cek Fakta Kompas.com adalah konten yang dimanipulasi (manipulated content) dan hoaks (hoax), yakni masing-masing sebanyak 18 berita (26,9%). Konten yang dimanipulasi adalah jenis hoaks yang mengubah informasi asli, seperti foto atau video, untuk menciptakan narasi yang berbeda dari kenyataan. Artinya, hoaks jenis ini melibatkan rekayasa konten seperti gambar atau informasi yang tidak sesuai dengan fakta. Berita yang membantah konten yang dimanipulasi biasanya dilabeli HOAKS dan memuat pernyataan “hasil rekayasa” atau “hasil manipulasi” atau “gambar tidak sesuai dengan aslinya” . Hal ini menunjukkan bahwa manipulasi konten visual atau informasi adalah strategi yang paling sering digunakan dalam hoaks terkait Pemilu 2024. Gambar dan video yang dimanipulasi memiliki dampak yang besar dalam menyebarkan hoaks karena sifat visualnya lebih menarik perhatian dan mudah diandalkan oleh audiens tanpa verifikasi lebih lanjut. Manipulasi visual seperti foto editan atau klip video yang

direkayasa sering kali lebih cepat viral dibandingkan konten teks, sehingga lebih sering digunakan sebagai alat hoaks. Contoh berita dengan jenis hoaks konten yang dimanipulasi terlihat pada judul “Hoaks KPK dan Mahfud MD Periksa Kantor Gerindra, Simak Penjelasannya” yang ditayangkan pada 4 Desember 2023. Pada berita ini, tim Cek Fakta Kompas.com menemukan thumbnail video yang beredar di media sosial menunjukkan wajah Mahfud MD dengan latar kantor KPK. Ini seolah-olah menggambarkan keterlibatan langsung Mahfud MD dalam pemeriksaan tersebut. Setelah ditelusuri, Tim Cek Fakta Kompas.com menemukan bahwa gambar tersebut merupakan hasil manipulasi digital yang diambil dari peristiwa berbeda pada tahun 2012, ketika KPK menangani kasus pengadaan simulator alat uji SIM di Polri. Sementara itu, isi video sebenarnya hanya memuat narasi yang membacakan artikel tentang kritik politisi Partai Gerindra terhadap kebijakan Menteri Hukum dan HAM, Yasonna Laoly.

59 Gambar 4. 3 Hoaks Manipulated Content (Sumber: Kompas.com)

Manipulasi visual seperti di atas memiliki dampak signifikan dalam menyebarkan hoaks karena sifatnya yang lebih menarik perhatian dan cenderung dipercaya oleh audiens tanpa proses verifikasi lebih lanjut. Gambar dan video yang dimanipulasi sering kali lebih cepat menjadi viral dibandingkan teks saja, menjadikannya alat efektif untuk menyebarkan informasi yang salah. Visual yang menarik, seperti thumbnail yang mengesankan “keterlibatan” tokoh terkenal, meningkatkan kredibilitas hoaks di mata audiens yang kurang kritis. 4 Sementara itu, hoaks adalah informasi yang sepenuhnya palsu yang dibuat dengan tujuan untuk menyesatkan atau menipu pembaca. Berita yang membantah hoaks dapat dilabeli HOAKS atau KLARIFIKASI dan memuat pernyataan bahwa konten sebagai hoaks dan tanpa keterangan yang menunjukkan jenis hoaks lain. Hoaks ini menunjukkan bahwa tidak semua hoaks dapat dengan mudah masuk ke dalam kategori seperti manipulasi, koneksi yang salah, atau konteks salah. Hoaks tanpa kategori spesifik sering berupa klaim langsung. Misalnya berita hoaks berjudul “Temuan KK Manipulatif” yan

g tidak disertai bukti. Pada berita debunk hoaks berjudul [HOAKS] Hoaks Temuan KK Manipulatif Indikasikan Kecurangan Pemilu " yang ditayangkan pada 13 Desember 2023, Tim Kanal Cek Fakta Kompas.com menemukan hoaks dengan judul "Temuan KK Manipulatif," yang beredar di media sosial dan menjadi perhatian masyarakat. Klaim tersebut menyebutkan adanya kartu keluarga (KK) manipulatif, misalnya satu KK yang berisi 440 orang, 1.826 orang, atau 1.355 orang. Narasi ini disertai seruan seperti "Mari kita waspada terhadap pemilu CURANG!" untuk memprovokasi emosi dan menanamkan kecurigaan terhadap penyelenggaraan Pemilu. Namun, setelah dilakukan penelusuran, Tim Cek Fakta Kompas.com menemukan bahwa video yang digunakan dalam narasi tersebut sebenarnya berasal dari dokumentasi sidang perselisihan hasil pilpres di Mahkamah Konstitusi (MK) pada 19 Juni 2019. Video tersebut diunggah di kanal YouTube dfauwzi49 pada 4 April 2019. Dalam persidangan, seorang saksi bernama Agus Maksum menyebutkan adanya masalah dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT), tetapi tidak ada bukti fisik yang mendukung klaim mengenai KK manipulatif. Selain itu, isu tersebut tidak berkaitan dengan Pemilu 2024 dan merupakan peristiwa lama yang diangkat kembali untuk menyebarkan kecurigaan terhadap proses pemilu saat ini. Penelusuran lebih lanjut menunjukkan bahwa tidak ada laporan resmi dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) atau pemberitaan media independen yang mengonfirmasi adanya kecurangan pemilu berupa manipulasi data pemilih dengan KK manipulatif. Klaim tersebut terbukti tidak berdasar, dan video yang digunakan dalam narasi tersebut disalahgunakan untuk menciptakan persepsi yang keliru. Hoaks jenis ini menjadi perhatian penting karena meskipun tidak memiliki elemen visual yang dimanipulasi atau bukti konkret, klaim-klaim seperti ini dapat menyebar dengan cepat melalui platform media sosial. Hoaks jenis klaim langsung seperti ini memanfaatkan kecenderungan masyarakat untuk percaya pada narasi sederhana dan tanpa memeriksa keakuratan atau konteksnya. Jenis hoaks lain yang banyak dibantah, yakni konteks yang salah (false

context), yakni sebanyak 12 berita (17,9%). Konteks yang salah atau false context melibatkan penggunaan informasi asli, tetapi dalam konteks yang salah sehingga mengubah makna aslinya. Berita yang membantah konteks yang salah dapat dilabeli HOAKS atau KLARIFIKASI dan memuat pernyataan “salah konteks atau “konteks keliru. Jenis hoaks konteks yang salah (false context) sering kali menggunakan video atau gambar asli dari kejadian lain dan menghubungkannya dengan situasi Pemilu 2024. Ini mudah dilakukan karena tidak memerlukan manipulasi teknis. Dalam false context, hoaks dapat disajikan dengan memuat video 61 atau gambar lama dan memasukan konteks terkini. **1** Misalnya, berita debunk hoaks yang berjudul "[HOAKS] Jokowi Instruksikan Aparat Desa Memenangkan Salah Satu Paslon", yang ditayangkan pada 28 November 2023. Gambar 4.

**1** 4 Konteks yang salah (False Context) Tim Kanal Cek Fakta Kompas.com menemukan hoaks yang menyebarkan video yang memperlihatkan rombongan aparat sipil negara (ASN) berjalan menuju bus. Video itu memiliki narasi bahwa mereka adalah perangkat desa di seluruh Kecamatan Tulungagung yang diberangkatkan untuk bertemu Presiden Joko Widodo (Jokowi).

**1 2** Dalam narasi hoaks tersebut, diklaim bahwa Jokowi memberikan instruksi kepada aparat desa untuk memenangkan salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden. **1** Berdasarkan penelusuran Tim Cek Fakta Kompas.com, video yang digunakan dalam hoaks ini sebenarnya adalah dokumentasi pemberangkatan perangkat desa dari Tulungagung untuk menghadiri Silaturahmi Nasional Persatuan Perangkat Desa Indonesia (PPDI) di Jakarta pada Januari 2023. Ratusan perangkat desa tersebut berkumpul di halaman GOR Lembupeteng sebelum diberangkatkan dengan 17 bus. Perjalanan ini dilakukan untuk menyampaikan tuntutan terkait penerbitan Nomor Induk Perangkat Desa (NIPD) yang dianggap penting untuk menjamin stabilitas pekerjaan mereka, meskipun kepala desa berganti. Video asli tersebut diunggah di kanal YouTube 62 Tribun Mataraman pada Januari 2023 dan diberitakan oleh Tribunnews dalam konteks yang sepenuhnya berbeda. Dengan memanfaatkan narasi baru dan

menghubungkannya dengan Pemilu 2024, penyebar hoaks menciptakan persepsi bahwa perjalanan perangkat desa ini adalah bagian dari rencana kecurangan pemilu. Contoh di atas mengilustrasikan bagaimana jenis hoaks konteks yang salah digunakan untuk memanipulasi persepsi publik. Temuan penelitian juga menunjukkan tim Kompas.com membantah jenis hoaks konten menyesatkan (misleading content) sebanyak 10 berita, koneksi yang salah (false connection) sebanyak 6 berita, dan satire/parodi 3 berita. Konten menyesatkan adalah jenis hoaks tersebut yang menggunakan informasi asli tetapi dipresentasikan dengan cara yang menyesatkan atau salah untuk mempengaruhi pemahaman pembaca. Berita yang membantah konten menyesatkan dapat memiliki label HOAKS atau KLARIFIKASI dan memuat pernyataan seperti “ada pernyataan perlu diluruskan atau “diberi konteks tambahan atau “video tidak utuh”. Salah satu berita debunk hoaks yang menyoroti konten menyesatkan adalah “[HOAKS] Video Surya Paloh Menyesal Usung Anies sebagai Capres, yang ditayangkan pada 1 Februari 2024. Hoaks ini menyebar melalui akun media sosial yang membagikan video pidato Ketua Umum Partai Nasdem, Surya Paloh. Dalam video tersebut, Surya Paloh terlihat menyampaikan pernyataan yang dipotong, sehingga seolah-olah menyatakan penyesalan karena mengusung Anies Baswedan sebagai calon presiden (capres). Narasi yang menyertai video tersebut memprovokasi emosi pembaca dengan kalimat seperti: “Akhirnya Ketua ‘Partai NasDem’ Bpk ‘SURYA PALOH’ Menyadari, Bhw Mengusung ‘ANIES’ M enjadi Capres Di Pemilu’2024 Merupakan Suatu ‘Kesalahan’ Dan ‘Kebodohan’.

63

Gambar 4. 5 Konten menyesatkan (misleading Content) Berdasarkan penelusuran Tim Cek Fakta Kompas.com menggunakan teknik reverse image search, video tersebut identik dengan pidato Surya Paloh dalam acara peluncuran program "Nasdem Memanggil" di Ballroom Nasdem Tower, Jakarta Pusat, pada 17 Oktober 2022. Cuplikan video pada menit ke-40 hingga menit ke- 42 yang digunakan dalam hoaks ini dipotong dan diberikan narasi baru. Setelah ditelusuri hingga tuntas, pidato Surya Paloh tidak menyatakan penyesalan telah mengusung Anies Baswedan. Sebaliknya,

Surya Paloh sedang membahas pandangan pihak lain yang menyebut keputusan Nasdem "bodoh" karena mendukung capres yang dianggap tidak populer. Dalam pidato utuhnya, Surya Paloh justru menegaskan komitmen Nasdem untuk terus mendukung Anies sebagai capres, meskipun menghadapi tantangan dan kritik. Dengan demikian, narasi bahwa Surya Paloh menyesal telah mengusung Anies Baswedan sebagai capres terbukti tidak benar. Hoaks ini adalah contoh bagaimana informasi asli digunakan secara menyesatkan untuk membentuk opini yang keliru. Di sisi lain, jumlah hoaks ini tidak sebanyak jenis hoaks lain karena kemungkinan publik sudah memiliki kesadaran dan makin kritis terhadap informasi yang mereka konsumsi. **37** Selanjutnya, jenis hoaks koneksi yang salah (false connection) terjadi ketika judul, gambar, atau keterangan berita tidak mendukung atau sesuai dengan isi beritanya. Berita yang membantah koneksi yang salah dilabeli HOAKS dan 64 memuat pernyataan "judul tidak sesuai atau "judul tidak selaras dengan isinya. Ini menunjukkan bahwa clickbait atau judul tidak sesuai dengan isi masih efektif. Namun, di sisi lain, audiens kemungkinan sudah mulai memiliki kesadaran terhadap berita palsu cenderung lebih skeptis terhadap judul-judul sensasional yang tidak sesuai dengan isi. Tim Kanal Cek Fakta Kompas.com menemukan hoaks ini beredar melalui sebuah video di Facebook yang mengklaim bahwa pasangan calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres) Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka telah bubar, dengan alasan yang dikaitkan dengan kemurkaan Presiden Joko Widodo (Jokowi). Setelah dilakukan penelusuran oleh Tim Cek Fakta Kompas.com, ditemukan bahwa video berdurasi 8 menit 41 detik tersebut memiliki judul yang tidak sesuai dengan isinya. Narator dalam video hanya membacakan artikel opini dari situs Seword, yang membahas kemungkinan yang dapat terjadi jika Prabowo menang dalam Pilpres 2024. Tidak ada informasi atau bukti dalam video tersebut yang menunjukkan bahwa pasangan Prabowo-Gibran telah bubar. Selain itu, klip yang digunakan dalam video tersebut juga diambil

dari berbagai pemberitaan yang tidak relevan. Salah satu contohnya adalah klip yang menampilkan Jokowi, yang sebenarnya identik dengan video kunjungan kenegaraan Jokowi ke Afghanistan pada 30 Januari 2018, sebagaimana diunggah di kanal YouTube Berita Satu. Video ini kemudian digabungkan dengan narasi yang keliru untuk menciptakan kesan bahwa Jokowi terlibat dalam perpecahan pasangan Prabowo-Gibran. Penelusuran lebih lanjut mengungkap bahwa pasangan Prabowo-Gibran masih tetap maju dalam Pilpres 2024. Pada hari yang sama dengan

publikasi video hoaks tersebut (11 Desember 2023), Gibran terlihat blusukan di kawasan Pasar Rumpit, Jakarta, sementara Prabowo beraktivitas di kantor Menteri Pertahanan (Menhan). Aktivitas ini membuktikan bahwa narasi hoaks tersebut tidak sesuai dengan fakta. 65 Gambar 4. 6 koneksi yang salah (False Connection) Hoaks dengan koneksi yang salah dapat memengaruhi opini publik dengan menyebarkan informasi keliru yang tampaknya kredibel karena adanya elemen visual atau judul yang menarik perhatian. Kendati demikian, audiens yang mulai teredukasi mengenai berita palsu cenderung lebih skeptis terhadap judul-judul sensasional, terutama jika isi berita tidak relevan.

Terakhir, Hoaks bermuatan satire atau parodi dibuat dengan tujuan humor atau sarkasme, tetapi dapat menyesatkan pembaca yang tidak memahami konteksnya. Berita yang membantah satire atau parodi dilabeli KLARIFIKASI dan memuat pernyataan satire atau lelucon. Terakhir, Hoaks bermuatan satire atau parodi dibuat dengan tujuan humor atau sarkasme, tetapi dapat menyesatkan pembaca yang tidak memahami konteksnya. Berita yang membantah satire atau parodi dilabeli KLARIFIKASI dan memuat pernyataan satire atau lelucon. Konten satire atau parodi biasanya lebih cepat dikenali karena gaya penyampaiannya sering jelas dibuat untuk humor atau hiperbola. Misalnya, berita hoaks yang berjudul “[KLARIFIKASI] Tidak Ada Debat Istri Capres di Pemilu 2024”, yang ditayangkan pada 13 Desember 2024. **23** Tim Cek Fakta Kompas.com menemukan hoaks satire atau parodi dengan narasi yang mengklaim bahwa Komisi

Pemilihan Umum (KPU) mengadakan debat untuk istri calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres) pada Pemilu 2024. Narasi ini muncul di beberapa 66 platform media sosial seperti Facebook dan TikTok, dengan klaim bahwa debat antara istri kandidat akan menentukan nasib bangsa. Gambar 4. **23 101** 7 Satire atau parodi Berdasarkan penelusuran Tim Cek Fakta Kompas.com, narasi ini perlu diluruskan. Informasi mengenai debat istri capres-cawapres tidak benar dan merupakan konten satire.

**23** Sebagai konteks, capres nomor urut 2, Prabowo Subianto, berstatus cerai hidup, berbeda dengan status perkawinan kandidat lainnya. Hal ini menjadi alasan mengapa narasi debat istri capres-cawapres muncul untuk menyindir situasi tersebut. **23 71** Dari sisi regulasi, Pasal 277 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum dan Peraturan KPU (PKPU) Nomor 15 Tahun 2023 hanya mengatur debat pasangan calon presiden dan wakil presiden. Format debat mencakup tiga sesi untuk capres dan dua sesi untuk cawapres, tanpa adanya pengaturan khusus untuk debat yang melibatkan anggota keluarga atau pasangan mereka. Narasi yang beredar di media sosial jelas merupakan parodi yang bertujuan untuk menyindir kandidat tertentu. Namun, tanpa pemahaman terhadap konteks atau regulasi, beberapa audiens mungkin menganggap informasi ini serius dan menyebarkannya lebih lanjut, sehingga berpotensi menyesatkan. Meskipun tidak dibuat dengan niat jahat, hoaks satire dapat memengaruhi persepsi publik, terutama jika dipahami secara harfiah. Dalam kasus ini, narasi debat istri capres-cawapres dapat menciptakan kebingungan terkait aturan debat Pilpres 2024 dan merusak reputasi kandidat tertentu melalui sindiran yang tidak berdasar. Selain itu, tidak ditemukan berita debunk hoaks yang memuat jenis hoaks 67 konten tiruan atau konten palsu yang dipabrikasi. Konten tiruan biasanya melibatkan seseorang atau institusi yang berpura-pura menjadi pihak lain untuk menipu atau menyesatkan. Sementara itu, konten palsu adalah hoaks yang sepenuhnya dibuat-buat tanpa dasar fakta sama sekali. Penelitian juga menunjukkan bahwa Tim Kanal Cek Fakta

Kompas.com memiliki konsistensi dalam membantah hoaks dengan pendekatan yang sistematis, menggunakan pelabelan yang spesifik untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap informasi yang benar. Pendekatan ini tidak hanya membantu membantah hoaks, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan literasi informasi publik. Melalui penyajian yang transparan dan terstruktur, Kanal Cek Fakta tidak hanya berfungsi sebagai pengawas informasi, tetapi juga sebagai agen edukasi yang memperkuat daya kritis masyarakat terhadap disinformasi, terutama menjelang Pemilu yang sangat rentan terhadap manipulasi informasi.

4.2.3.2 Media Distribusi Hoaks Gambar 4. 8 Media Distribusi Hoaks pada Berita Debunk Hoaks (Sumber: Olahan Peneliti) Penelitian ini menganalisis 67 berita debunk hoaks Pemilu 2024, atau berita 68 yang mengungkap dan membantah hoaks tentang Pemilu 2024 yang beredar di masyarakat, pada Kanal Cek Fakta Kompas.com. Hasil analisis berita debunk hoaks menunjukkan bahwa Facebook merupakan media sosial utama yang digunakan untuk menyebarkan hoaks, diikuti oleh YouTube dan TikTok. Ada pula berita debunk hoaks yang tidak menyebutkan media sosial yang menjadi media distribusi hoaks. Sedangkan Twitter dan WhatsApp tidak ditemukan sebagai sumber distribusi hoaks dalam data ini. Dalam berita debunk hoaks, Facebook menjadi media distribusi hoaks Pemilu 2024 paling dominan dalam berita debunk hoaks pada Kanal Cek Fakta Kompas.com dengan 51 berita (76,1%). Facebook merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya mengunggah konten dalam format tulisan, video, atau gambar. Namun, hoaks yang disebarkan di Facebook biasanya dalam bentuk video dan gambar. Berdasarkan penjelasan dari Nugroho (2019), Facebook memiliki tiga karakteristik yang menjadikannya media sosial paling efektif untuk penyebaran hoaks. Karakteristik pertama, yakni kemudahan penggunaan identitas palsu atau akun siluman. Facebook memungkinkan pengguna untuk membuat akun dengan identitas palsu atau tidak jelas, termasuk tidak menggunakan foto profil asli. Karakteristik kedua, jaringan pertemanan

yang tidak konsisten. Facebook memungkinkan pengguna untuk memiliki daftar pertemanan yang luas tanpa keterkaitan atau relevansi yang jelas. Ketiga, aktivitas tinggi dalam grup atau halaman berita.

Facebook memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam grup atau halaman berita yang memiliki banyak pengikut. YouTube dan TikTok menjadi media distribusi hoaks kedua dalam berita debunk hoaks pada kanal Cek Fakta Kompas.com, dengan masing-masing sebanyak 9 berita (13,4%).

96

YouTube adalah platform berbagi video yang memungkinkan pengguna

untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video.

43

98

TikTok adalah platform

media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan

berbagi video pendek. Untuk itu, hoaks yang didistribusikan melalui

YouTube dan TikTok merupakan hoaks dalam bentuk video. Berdasarkan

penjelasan dari Inwood & Zappavigna (2021), YouTube 69 menjadi media

distribusi hoaks karena komunikasi di YouTube bersifat ambient, yakni

informasi dapat menyebar meskipun pengguna tidak selalu berinteraksi

langsung satu sama lain. Alasan lainnya, yakni sistem komentar di

YouTube memungkinkan terjadinya diskusi yang terbuka, di mana individu

dapat memainkan berbagai persona sesuai dengan teks yang mereka

hasilkan. Sementara itu, berdasarkan penjelasan dari Afdianto & Abadi

(2023), pengguna TikTok sering kali mengalami kesulitan dalam mengenali

konten hoaks ketika membandingkannya dengan pengalaman pribadi mereka.

Ini menunjukkan bahwa TikTok dapat mempengaruhi persepsi individu

dengan cara yang membuat hoaks terlihat lebih kredibel atau relevan,

terutama jika konten tersebut berkaitan dengan pengalaman atau

keyakinan pribadi pengguna. Sebanyak 5 berita (7,4%) membantah

(debunking) hoaks berasal dari Instagram.

109

Instagram adalah platform media

sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video. Untuk itu, konten hoaks

yang didistribusikan pada Instagram biasanya berupa gambar. Berdasarkan

penjelasan Maguire (2019), pengguna Instagram tertarik pada konten yang

dramatis dan dangkal. Sementara itu, Quinn et al. (2021) menjelaskan

bahwa konten hoaks di Instagram biasanya dilengkapi dengan narasi

tentang ketidakpercayaan umum bahwa pemerintah telah menyembunyikan informasi, dan teori konspirasi. Selanjutnya, terdapat 2 berita (2,9%) yang membantah hoaks tetapi media distribusinya tidak disebutkan. Konten hoaks yang dibantah pada dua berita debunk hoaks ini adalah gambar. Namun, ketidakjelasan sumber media sosial yang menjadi media distribusi hoaks memunculkan pertanyaan tentang transparansi dalam proses verifikasi atau debunking hoaks. Temuan ini menunjukkan adanya keterkaitan antara konten yang disebar di berbagai platform media sosial. Beberapa akun Facebook didapati mengunggah atau membagikan konten hoaks yang asalnya dari YouTube. Hal ini berarti bahwa hoaks tidak hanya terbatas pada satu platform, tetapi bisa berpindah dan menyebar di berbagai platform digital. Video atau konten tertentu yang berisi informasi salah atau menyesatkan diunggah terlebih dahulu di YouTube. Konten ini kemudian 70 menjadi bahan utama hoaks. Setelah konten hoaks diunggah ke YouTube, akun-akun di Facebook mengunduh atau membagikan link video tersebut, sehingga hoaks tersebut menyebar lebih luas ke audiens Facebook. Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya pemantauan lintas platform dalam mengidentifikasi dan membatasi penyebaran hoaks. Hal ini juga menunjukkan bagaimana hoaks dapat dengan cepat menyebar melalui berbagai jaringan media sosial, memperkuat kebutuhan akan kolaborasi antara platform digital untuk menangani penyebaran informasi palsu. Data menunjukkan berita yang memuat lebih dari satu media distribusi hoaks sebanyak 10 berita. Misalnya, pada beberapa berita, Tim Kanal Cek Fakta Kompas.com memeriksa konten hoaks yang beredar di Facebook dan Youtube. Ada pula berita yang memuat konten hoaks yang beredar di Facebook dan Tiktok. Hal ini menunjukkan bahwa hoaks tidak hanya disebar melalui satu platform, tetapi juga melibatkan kombinasi dari beberapa platform populer. Namun, dalam penyebaran informasi palsu, pelaku penyebaran hoaks sering menggunakan beberapa platform secara bersamaan untuk memperluas jangkauan dan dampak misinformasi mereka. Penyebaran

ini bisa melibatkan kombinasi berbagai media sosial, seperti Facebook, YouTube, dan TikTok, yang memungkinkan hoaks menyebar lebih cepat dan menjangkau audiens yang lebih luas. Dari hasil analisis yang telah ditemukan data yang menunjukkan hoaks dari Facebook dan Youtube sebanyak 6 berita sehingga disimpulkan bahwa kombinasi kedua platform ini cukup sering digunakan oleh penyebar hoaks. Hal ini menunjukkan bahwa video atau konten yang dipublikasikan di YouTube kemudian disebarluaskan melalui Facebook, atau sebaliknya, merupakan salah satu pola umum dalam distribusi informasi palsu. Kombinasi ini memanfaatkan kekuatan masing-masing platform, di mana YouTube berperan sebagai sumber konten visual yang kuat, sementara Facebook digunakan untuk memperluas jangkauan audiens melalui fitur berbagi dan interaksi sosial. Dari hasil analisis yang telah ditemukan data yang menunjukkan hoaks dari facebook dan tiktok sebanyak 4 berita. Hal ini menunjukkan bahwa kedua platform ini sering digunakan secara bersamaan untuk menyebarkan informasi palsu. TikTok, dengan format video pendeknya, dapat menarik perhatian cepat, sementara 71 Facebook membantu memperluas jangkauan konten tersebut melalui fitur berbagi dan interaksi sosial. Kombinasi ini memperlihatkan bagaimana hoaks dapat memanfaatkan berbagai jenis platform untuk mencapai audiens yang lebih luas dan mempengaruhi persepsi publik.

#### 4.2.3.3 Penyajian Hoaks Gambar

#### 4.9 Penyajian atau Format Hoaks pada Berita Debunk Hoaks (Sumber: Olahan Peneliti)

Penelitian ini menganalisis 67 berita debunk hoaks Pemilu 2024, atau berita yang mengungkap dan membantah hoaks tentang Pemilu 2024 yang beredar di masyarakat, pada Kanal Cek Fakta Kompas.com. Hasil analisis berita debunk hoaks menunjukkan bahwa konten hoaks yang disajikan dalam format video yang disertai teks adalah yang paling dominan di media sosial. Lalu, diikuti oleh penyajian konten hoaks dalam format gambar dengan teks, dan penyajian konten hoaks dalam format hanya teks. Sementara itu, tidak ditemukan berita debunk hoaks yang memuat pada penyajian hoaks infografis, teks+link

atau attachment, dan gambar teks. Berdasarkan data penyajian hoaks yang beredar di media sosial dan kemudian dibantah dalam berita debunk pada Kanal Cek Fakta Kompas.com, penyajian hoaks yang paling banyak ditemukan oleh pemeriksa fakta, yakni format 72 video dan teks, dengan 55 berita (82,1%). Format ini menggabungkan video dan teks sebagai metode penyajian hoaks. Video adalah media komunikasi yang menampilkan gambar bergerak (visual) bersama dengan suara (audio) untuk menyampaikan informasi. Video dengan teks adalah video yang memiliki tambahan teks di layar untuk memberikan informasi tambahan atau membantu pemirsanya memahami konten video dengan lebih baik. Teks dapat berupa judul (title), subjudul (subtitle), teks keterangan (captions), grafik teks (text overlay), dan teks penjelasan (explanatory text). Selanjutnya, penyajian lainnya yang ditemukan, yakni format gambar dan teks atau gambar disertai dengan teks untuk menyebarkan hoaks sebanyak 11 berita (16,4%). Gambar adalah media visual yang disajikan dalam bentuk gambar diam. Gambar dengan teks adalah media visual yang menggabungkan elemen gambar dan teks untuk menyampaikan informasi. Konten gambar menggabungkan elemen visual dan verbal. Dalam berita debunk hoaks pada Kanal Cek Fakta Kompas.com, format penyajian hoaks yang paling sering ditemukan adalah video dengan teks. Video yang dilengkapi dengan teks dapat menyampaikan informasi secara lebih jelas dan efektif. Teks dapat menekankan poin-poin utama atau menambahkan konteks tambahan pada visual yang ditampilkan dalam video. Kombinasi ini membuat pesan hoaks lebih mudah dipahami dan lebih meyakinkan bagi audiens. **55** Format penyajian hoaks dalam bentuk video dengan teks sering ditemukan dalam berita debunk hoaks pada Kanal Cek Fakta Kompas.com karena format ini menggabungkan kekuatan visual dan teks untuk menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan persuasif. Kombinasi ini memungkinkan hoaks untuk disajikan dengan cara yang lebih efektif, mudah dipahami, dan mempengaruhi audiens lebih kuat, meningkatkan tantangan dalam upaya

untuk membantah dan mengklarifikasi informasi yang salah. Data juga menunjukkan terdapat 1 berita debunk hoaks (1,5%) yang menyimpulkan atau membantah hoaks yang beredar merupakan penyajian hoaks hanya teks. Hanya teks ini merupakan bentuk penyajian hoaks yang dipublikasikan hanya melalui teks yang didalamnya terdapat konteks yang menyesatkan pembaca dalam memahami konteks berita tersebut. 73 Dalam berita debunk hoaks pada kanal cek fakta kompas.com, format penyajian hoaks yang juga ditemukan adalah gambar dengan teks. Gambar dengan teks menyajikan informasi dalam format ringkas yang dapat dipahami dengan cepat. Pengguna media sosial sering kali mencari konten yang dapat dikonsumsi dengan cepat. Teks dalam gambar juga dapat menekankan poin-poin utama atau klaim hoaks dengan cara yang jelas dan mudah dicerna. Gambar dengan teks merupakan format penyajian hoaks yang umum dalam berita debunk pada Kanal Cek Fakta Kompas.com karena kemudahan produksi, keterbacaan, daya tarik visual, kemampuan untuk memanipulasi informasi, dan potensi untuk menyebar dengan cepat. Format ini memungkinkan penyebaran hoaks secara efisien dan efektif, sehingga penting untuk memantau dan membantah informasi yang salah yang disajikan dalam format tersebut. Sementara itu, tidak ada berita yang membantah (debunking) hoaks dalam format infografis, teks dan pranala (link)/attachment, dan gambar teks. Infografis adalah representasi visual dari informasi, data, atau pengetahuan. Teks dan pranala (link) atau lampiran (attachment) adalah konten yang memiliki format kata-kata yang kemudian ditambahkan pranala atau elemen teks yang dapat diklik yang membawa pengguna ke halaman web lain atau sumber informasi tambahan. Gambar teks adalah gambar yang mengandung elemen teks sebagai bagian utama dari visualnya. Dalam berita debunk hoaks pada kanal cek fakta kompas.com, format penyajian hoaks yang jarang ditemukan adalah hanya teks. Teks saja tidak memiliki elemen visual yang menarik perhatian dibandingkan dengan gambar atau video. Media sosial sering kali lebih menekankan pada konten yang memiliki

elemen visual yang kuat, seperti gambar atau video, yang dapat menarik perhatian lebih cepat. Hal ini dikarenakan keterbatasan daya tarik visual, keterbacaan, dan kemampuan untuk menyampaikan informasi secara efektif. Konten yang melibatkan gambar atau video dengan teks cenderung lebih menarik, mudah dikonsumsi, dan lebih efektif dalam menyebarkan hoaks dengan manipulasi visual, sehingga lebih sering ditemukan dalam laporan debunk hoaks. 74 Dalam berita debunk hoaks pada kanal cek fakta kompas.com, format penyajian hoaks yang tidak ditemukan adalah infografis, teks dengan tautan (link)/attachment, gambar teks.

99 Infografis sering kali digunakan untuk menyajikan data atau informasi yang kompleks dengan cara visual yang menarik. Namun, untuk berita debunk, fokus utama adalah mengklarifikasi klaim yang salah dan memberikan bukti yang konkret, yang sering kali lebih mudah dicapai dengan video, gambar dengan teks, atau teks langsung daripada infografis yang mungkin memerlukan penjelasan detail yang lebih mendalam. Sedangkan teks dengan tautan (link)/attachment mungkin kurang menarik secara visual dan memerlukan tindakan tambahan dari pengguna (seperti mengklik tautan) untuk mendapatkan informasi lebih lanjut. Dalam konteks debunking, penting untuk memberikan informasi secara langsung dan mudah diakses tanpa memerlukan interaksi tambahan dari audiens. Lalu, pada gambar teks yang hanya menampilkan teks di atas gambar atau latar belakang, sering kali tidak memberikan konteks yang cukup untuk menjelaskan atau membantah klaim hoaks dengan cara yang efektif. Penjelasan kontekstual atau bukti visual sering kali diperlukan untuk memperjelas informasi dan membantah klaim yang salah. Ketiganya tidak ditemukan dalam berita debunk hoaks pada Kanal Cek Fakta Kompas.com karena keterbatasan dalam menyampaikan informasi secara efektif, keterlibatan pengguna dan kebutuhan untuk penyampaian bukti yang langsung dan jelas. Dalam upaya debunking, format yang lebih langsung, visual, dan mudah diakses seperti video dengan teks atau gambar dengan teks sering kali lebih efektif dalam mengklarifikasi

dan membantah klaim hoaks dengan cara yang cepat dan jelas. 75

#### 4.2.3.4 Teknik Debunk Hoaks Gambar 4. 10 Teknik Debunk Hoaks pada Berita Debunk Hoaks (Sumber: Olahan Peneliti)

Penelitian ini menganalisis 67 berita debunk hoaks Pemilu 2024, atau berita yang mengungkap dan membantah hoaks tentang Pemilu 2024 yang beredar di masyarakat, pada Kanal Cek Fakta Kompas.com. Hasil analisis menampilkan bahwa teknik debunk yang paling sering digunakan oleh pengecek fakta pada kanal Cek Fakta Kompas.com ketika memeriksa konten hoaks Pemilu 2024 adalah teknik pengamatan video dengan cermat, penelusuran gambar, dan penelusuran video. Lalu, diikuti oleh wawancara pejabat pemerintah, Google Lens, merujuk data dari sumber resmi, AI voice detector, membandingkan gambar, reverse image di TinEye, pencarian kata kunci di Google, wawancara ahli, wawancara orang terkait. Data menunjukkan tidak ada berita debunk hoaks yang menggunakan teknik wawancara polisi selama kampanye Pemilu 2024. Berdasarkan data teknik debunk yang digunakan oleh pengecek fakta pada Kanal Cek Fakta Kompas.com dalam melakukan debunk hoaks Pemilu 2024, teknik pengamatan video dengan cermat paling sering digunakan dengan 26 berita (38,8%) menggunakan metode ini. Teknik yang melibatkan pengamatan detail dari 76 konten video untuk mengidentifikasi dan membantah informasi palsu merupakan metode yang umum dan efektif dalam membantah hoaks. Dalam berita debunk hoaks pada kanal cek fakta kompas.com, teknik debunk hoaks yang paling sering digunakan adalah pengamatan video dengan cermat. Video memberikan bukti yang lebih kuat dan dapat dibandingkan dengan teks dan gambar. Dengan melihat video, audiens dapat menilai konteks secara detail yang mungkin tidak terlihat dalam format lain. Pengamatan video memungkinkan audiens untuk memahami konteks berita debunk hoaks yang disajikan guna untuk membantu menentukan informasi yang disebarkan sesuai dengan bukti yang ada atau yang terlihat. Dalam berita debunk hoaks, teknik pengamatan video dengan cermat dapat diamati untuk mendeteksi adanya pengeditan atau manipulasi yang

dilakukan. Misalnya, penggantian suara, pemotongan video, atau penambahan elemen yang dapat mengubah makna asli dari informasi. Selanjutnya, teknik juga yang cukup sering digunakan, yakni penelusuran gambar dengan 20 berita (29,9%) dan penelusuran video dengan 15 berita (22,4%). Teknik penelusuran gambar melibatkan analisis dan verifikasi gambar yang digunakan dalam konten hoaks. Sementara itu, teknik penelusuran video menunjukkan bahwa analisis mendalam dan verifikasi gambar yang muncul terhadap video. Dalam berita debunk hoaks pada kanal cek fakta kompas.com, teknik debunk hoaks kedua yang sering dilakukan adalah penelusuran gambar. Penelusuran gambar memungkinkan audiens menemukan asal mula gambar yang digunakan dalam berita hoaks. Dengan mengetahui sumber asli, dapat ditentukan gambar yang diambil dari konteks yang benar atau telah dimanipulasi. Teknik ini dapat membantu mendeteksi gambar yang telah diedit, diubah, atau dikombinasikan dengan elemen lain untuk memutar balikkan fakta. Hal ini termasuk dalam penghapusan atau penambahan objek yang dapat mempengaruhi interpretasi. Dalam berita debunk hoaks pada kanal cek fakta kompas.com, teknik debunk hoaks kedua yang sering dilakukan adalah penelusuran video. Teknik debunk hoaks dengan penelusuran video sering dilakukan karena video sering digunakan untuk menyebarkan informasi palsu atau menyesatkan, dan video cenderung lebih meyakinkan daripada teks atau gambar. Video memiliki dampak 77 visual yang kuat sehingga lebih mudah dipercaya oleh masyarakat. Hoaks berbentuk video sering memanfaatkan potongan, pengeditan, atau rekaman di luar konteks untuk mendistorsi fakta. Penelusuran video menjadi alat yang sangat penting dalam membantah hoaks karena pendekatannya yang berbasis bukti, objektif, dan transparan. Hal ini dapat memungkinkan audiens untuk melihat fakta di balik klaim palsu. Teknik-teknik lain yang digunakan oleh pengecek fakta Kompas.com, yakni wawancara dengan pejabat pemerintah digunakan dalam 5 berita (7,5%). Teknik debunk ini melibatkan pejabat pemerintah untuk mengulik informasi asli terkait

berita debunk hoaks untuk membantah adanya hoaks. Lalu, teknik dengan Google Lens digunakan dalam 4 berita (6%). Teknik debunk ini merupakan alat visual yang dikembangkan oleh Google untuk menganalisis dan memahami gambar terkait debunk hoaks guna untuk membantu dalam membantah hoaks. Selanjutnya, teknik merujuk data dari sumber resmi digunakan dalam 3 berita (4,5%). Teknik debunk ini berkaitan dengan sumber resmi yang menyajikan berita berupa informasi asli tetapi dipresentasikan dengan cara memanipulasi berita. Kemudian, teknik dengan AI voice detector digunakan dalam 2 berita (3%). AI voice detector merupakan alat untuk mendeteksi manipulasi atau pemalsuan suara. Berikutnya, data menunjukkan teknik debunk membandingkan gambar, reverse image di Tineye, pencarian kata kunci di google menggunakan filter, wawancara ahli, dan wawancara orang terkait masing-masing digunakan dalam 1 berita. Teknik membandingkan gambar melibatkan pemeriksa fakta mencari informasi asli agar terhindar dari hoaks. Lalu, teknik debunk reverse image di Tineye juga menggunakan sebuah gambar untuk mendukung informasi asli guna untuk membantah hoaks yang terus menerus beredar tanpa adanya sumber resmi. Teknik debunk dengan pencarian kata kunci di Google menggunakan filter adalah mencari klaim atau informasi yang ingin diperiksa berdasarkan kata kunci terkait klaim tersebut di Google. Teknik debunk dengan wawancara ahli adalah metode verifikasi informasi dengan mengandalkan pengetahuan dan keahlian dari individu yang memiliki kompetensi dan kredibilitas di bidang terkait. Teknik debunk dengan wawancara orang terkait adalah metode 78 verifikasi informasi dengan berbicara langsung kepada individu yang memiliki keterlibatan atau pengetahuan langsung tentang klaim atau informasi yang sedang diverifikasi. Dalam berita debunk hoaks pada kanal cek fakta kompas.com, teknik debunk hoaks lainnya yang tidak sering dilakukan yakni wawancara pejabat pemerintah, google lens, merujuk data dari sumber resmi, AI voice detector, reverse image di Tineye, membandingkan gambar, wawancara ahli wawancara orang

terkait, pencarian kata kunci di google menggunakan filter.

Teknik-teknik ini tidak sering digunakan sebagai metode utama dalam membantah hoaks karena adanya keterbatasan waktu, sumber daya, dan efektivitasnya dalam konteks tertentu. Sebaliknya, teknik yang lebih cepat dan praktis seperti reverse image search, analisis konteks langsung, atau verifikasi cepat melalui sumber yang kredibel sering kali lebih diandalkan untuk melawan penyebaran hoaks secara efisien.

#### 4.3 Penyajian Berita Debunk Hoaks pada Kanal Cek Fakta Kompas.com

##### 4.3.1 Penyajian Berita Debunk Konten Manipulasi pada Kanal Cek Fakta

Kompas.com Kanal Cek Fakta Kompas.com paling sering menerbitkan 18 berita debunk yang secara spesifik membantah konten manipulatif selama periode kampanye Pemilu 2024. Hasil analisis menunjukkan bahwa Facebook menjadi media distribusi utama untuk konten yang dimanipulasi pada berita debunk hoaks yang ditayangkan oleh Kanal Cek Fakta Kompas.com. Dari 18 berita debunk, sebanyak 12 berita debunk mengidentifikasi bahwa hoaks yang dimanipulasi ini paling banyak menyebar melalui platform media sosial tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa Facebook, dengan basis pengguna yang besar dan algoritma penyebaran konten yang kompleks, menjadi media utama penyebaran informasi yang telah direayasa atau dimanipulasi. Dari segi format, hoaks yang dimanipulasi paling sering ditemukan dalam format video dengan teks. Temuan ini menunjukkan bahwa format ini memiliki daya tarik visual yang tinggi, sehingga mempermudah penyebarannya di media sosial. Sebanyak 18 berita debunk dari Kanal Cek Fakta Kompas.com membantah konten manipulatif dalam format video dan teks, sehingga menunjukkan bahwa format ini memerlukan perhatian lebih dalam upaya debunking. 79 Untuk melawan hoaks jenis konten manipulatif ini, tim Kanal Cek Fakta Kompas.com mengandalkan teknik pengamatan video yang cermat. Penggunaan teknik ini terbukti menjadi metode paling efektif, seperti yang terlihat dari 12 berita debunk yang menggunakan pendekatan tersebut. Pengamatan detail memungkinkan tim untuk mengidentifikasi elemen-elemen manipulatif yang

sering kali tersembunyi atau tidak terlihat jelas oleh masyarakat umum. Asumsi dari temuan ini menunjukkan bahwa penyebaran konten manipulatif cenderung memanfaatkan platform dengan jangkauan luas seperti Facebook dan menggunakan format video untuk meningkatkan kepercayaan audiens. Upaya debunking melalui pengamatan video yang cermat adalah langkah strategis untuk membongkar manipulasi tersebut, sekaligus membangun literasi digital masyarakat agar lebih kritis terhadap informasi yang diterima. Gambar 4. 11 Contoh berita dengan jenis hoaks konten yang dimanipulasi, media distribusi Facebook, format video dan teks, serta teknik debunk berupa pengamatan video yang cermat. Berikut link dari berita. 4.3.2 Penyajian Berita Debunk Hoaks pada Kanal Cek Fakta Kompas.com Kanal Cek Fakta Kompas.com juga menangkal penyebaran hoaks Pemilu 2024 dengan menerbitkan 18 berita debunk yang membantah konten hoaks selama periode kampanye Pemilu 2024. Hasil analisis menunjukkan bahwa Facebook juga menjadi platform utama distribusi konten hoaks. Sebanyak 12 dari 18 berita debunk mengidentifikasi bahwa hoaks paling banyak menyebar melalui Facebook. Hal ini memperlihatkan bagaimana platform dengan basis pengguna yang besar dan sistem 80 penyebaran konten yang luas dapat menjadi alat efektif untuk menyebarkan hoaks. Dari segi penyajian, format video dengan teks menjadi bentuk hoaks yang paling sering ditemukan. Hal ini diasumsikan karena format ini memiliki daya tarik visual yang kuat dan narasi teks yang meyakinkan, sehingga lebih mudah menyebar luas. Sebanyak 12 berita debunk dari Kanal Cek Fakta Kompas.com membahas hoaks dalam format video dengan teks, menunjukkan bahwa format ini menjadi salah satu tantangan utama dalam melawan hoaks. Untuk membantah hoaks tersebut, tim Kanal Cek Fakta Kompas.com menggunakan teknik debunk yang berkaitan dengan format video dengan teks. Pengamatan video dengan cermat menjadi teknik debunk yang paling sering digunakan, sebanyak 6 berita debunk. Pendekatan ini memungkinkan tim untuk mengidentifikasi elemen-elemen hoaks yang sering

kali tidak mudah dikenali oleh masyarakat awam. Temuan ini mengindikasikan bahwa penyebaran hoaks cenderung memanfaatkan platform dengan jangkauan luas seperti Facebook serta menggunakan format visual yang menarik untuk meningkatkan kredibilitas palsu. Dalam menghadapi tantangan ini, Kanal Cek Fakta Kompas.com berhasil mengoptimalkan teknik debunking yang cermat. Gambar 4. 12 Contoh berita dengan jenis hoaks, media distribusi Facebook, format video dan teks, serta teknik debunk berupa pengamatan video yang cermat. Berikut link dari berita. 4.3.3 Penyajian Berita Debunk Konteks Salah pada Kanal Cek Fakta Kompas.com Kanal Cek Fakta Kompas.com menerbitkan 12 berita debunk yang secara spesifik membantah jenis hoaks dengan konteks yang salah. Selama periode 81 kampanye Pemilu 2024. Hasil analisis menunjukkan bahwa Facebook juga menjadi platform utama penyebaran hoaks dengan konteks yang salah. Sebanyak 10 dari 12 berita debunk konteks yang salah mengidentifikasi Facebook sebagai media distribusi utama untuk jenis hoaks ini. Hal ini menunjukkan bagaimana algoritma penyebaran konten di Facebook, dikombinasikan dengan jumlah pengguna yang besar, memungkinkan hoaks dengan konteks yang salah menyebar luas dan cepat. Dari sisi format, hoaks dengan konteks yang salah juga paling sering ditemukan dalam bentuk video dengan teks. Format ini kemungkinan dianggap efektif karena memanfaatkan kombinasi elemen visual dan narasi yang meyakinkan untuk memperkuat kesalahan konteks. Sebanyak 12 berita debunk membahas hoaks dalam format ini, mengindikasikan bahwa video dengan teks menjadi alat favorit untuk menyebarkan jenis disinformasi tersebut. Dalam melawan hoaks jenis konteks yang salah, tim Kanal Cek Fakta Kompas.com mengandalkan teknik penelusuran video sebagai metode utama. Sebanyak 6 berita debunk menggunakan teknik ini, yang memungkinkan tim untuk mengidentifikasi asal-usul video, dan konteks asli untuk mengungkap kesalahan informasi. Dengan penelusuran yang teliti, elemen-elemen yang salah dalam video dapat diungkap dan diperjelas kepada publik. Temuan

ini mengindikasikan bahwa hoaks dengan konteks yang salah cenderung memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan menggunakan format video yang menarik perhatian untuk menyesatkan audiens. Upaya debunking dengan penelusuran video menjadi langkah strategis untuk membongkar video dengan konteks yang salah. 82 Gambar 4. 13 Contoh berita dengan jenis konteks yang salah, media distribusi Facebook, format video dan teks, serta teknik debunk berupa penelusuran video. Berikut link dari berita. 4.3.4 Penyajian Berita Debunk Konten Menyesatkan pada Kanal Cek Fakta Kompas.com Kanal Cek Fakta Kompas.com menayangkan 10 berita debunk hoaks dengan jenis konten menyesatkan selama periode kampanye Pemilu 2024. Facebook kembali teridentifikasi sebagai platform utama penyebaran konten menyesatkan. Sebanyak 9 dari 10 berita debunk mencatat bahwa Facebook menjadi media distribusi paling dominan untuk hoaks jenis ini. Algoritma platform yang memperkuat penyebaran konten populer, dikombinasikan dengan basis pengguna yang besar, kemungkinan memudahkan penyebaran informasi yang salah secara cepat dan masif. Dari sisi format, hoaks dengan konten menyesatkan juga paling sering ditemukan dalam bentuk video dengan teks. Temuan ini kembali menunjukkan bahwa format ini dianggap efektif karena menggabungkan elemen visual yang menarik dan narasi teks yang dapat memengaruhi persepsi audiens. Sebanyak 7 berita debunk dari Kanal Cek Fakta Kompas.com membahas hoaks dalam format ini, sehingga menegaskan bahwa video dengan teks menjadi alat utama penyebaran konten menyesatkan. Dalam menghadapi tantangan ini, tim Kanal Cek Fakta Kompas.com menggunakan teknik penelusuran video sebagai pendekatan utama untuk membongkar hoaks. Sebanyak 4 berita debunk menggunakan teknik ini untuk melacak asal-usul video dan membandingkannya dengan konteks asli. Dengan 83 penelusuran video, informasi yang menyesatkan dalam video dapat diungkap dan dipaparkan secara jelas kepada publik. Temuan ini mengindikasikan bahwa konten menyesatkan cenderung menggunakan platform populer seperti Facebook untuk

menjangkau audiens secara luas dan memanfaatkan format video untuk menciptakan kredibilitas palsu. Upaya debunking melalui penelusuran video menjadi strategi penting untuk mematahkan narasi menyesatkan, terutama selama periode sensitif seperti kampanye pemilu. Gambar 4. 14 Contoh berita dengan jenis konten menyesatkan, media distribusi Facebook, format video dan teks, serta teknik debunk berupa penelusuran video. Berikut link dari berita. 4.3.5 Penyajian Berita Debunk Koneksi Salah pada Kanal Cek Fakta Kompas.com Selama periode kampanye Pemilu 2024, Kanal Cek Fakta Kompas.com berhasil membongkar dan menyangkan 6 berita debunk untuk membantah hoaks dengan jenis koneksi yang salah. Upaya ini menjadi bagian penting dari langkah Kompas.com dalam menjaga integritas informasi selama periode krusial tersebut. Facebook kembali diidentifikasi sebagai platform utama untuk penyebaran hoaks jenis koneksi yang salah. Dari 6 berita debunk yang diterbitkan, semua mencatat bahwa Facebook menjadi media distribusi dominan. Dari sisi format, hoaks dengan koneksi yang salah juga paling banyak ditemukan dalam bentuk video dengan teks. Format ini kembali membuktikan efektivitasnya dalam 84 memengaruhi persepsi audiens melalui kombinasi elemen visual yang menarik dan teks naratif yang manipulatif. Sebanyak 5 dari 6 berita debunk yang diterbitkan membahas hoaks dalam format ini, menegaskan bahwa video dengan teks menjadi sarana utama untuk menyebarkan disinformasi jenis ini. Dalam menangani hoaks koneksi yang salah, tim Kanal Cek Fakta Kompas.com mengandalkan teknik pengamatan video dengan cermat sebagai pendekatan utama. Teknik ini digunakan pada semua berita debunk yang diterbitkan, memungkinkan tim untuk mengidentifikasi hubungan yang salah dalam narasi video. Pendekatan ini juga memberikan kemampuan untuk memaparkan fakta-fakta yang sebenarnya kepada publik secara jelas dan terperinci. Temuan ini mengindikasikan bahwa hoaks dengan koneksi yang salah memanfaatkan platform populer seperti Facebook untuk menjangkau audiens secara luas, sambil memanfaatkan daya tarik format video

untuk menciptakan kredibilitas palsu. Melalui pengamatan video yang cermat, Kanal Cek Fakta Kompas.com berhasil membongkar hubungan yang salah dalam informasi yang disajikan dalam konten hoaks dan memberikan informasi yang lebih akurat kepada masyarakat. Gambar 4.15 Contoh berita dengan jenis koneksi yang salah, media distribusi Facebook, format video dan teks, serta teknik debunk berupa pengamatan video dengan cermat. Berikut link dari berita. 4.3.6 Penyajian Berita Debunk Satire pada Kanal Cek Fakta Kompas.com Selama periode kampanye Pemilu 2024, Kanal Cek Fakta Kompas.com juga menghadapi tantangan dalam membongkar hoaks jenis satire atau parodi. Sebanyak 853 berita debunk diterbitkan untuk membantah hoaks yang menyalahgunakan humor atau satire untuk menyebarkan informasi yang keliru. Langkah ini menegaskan pentingnya meluruskan kesalahpahaman yang dapat timbul akibat konten satire yang tidak dipahami secara benar oleh audiens. Facebook dan TikTok menjadi platform utama penyebaran hoaks jenis satire atau parodi, dengan masing-masing tercatat pada 2 berita debunk. Ada pula hoaks yang didistribusikan melalui kedua platform ini secara bersamaan. Hal ini menunjukkan bahwa platform media sosial, dengan penyebaran konten yang cepat dan luas, dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan konten humor atau parodi yang disalahartikan sebagai fakta oleh sebagian pengguna. Dari segi format, hoaks jenis satire atau parodi paling banyak ditemukan dalam bentuk gambar dengan teks. Sebanyak 3 berita debunk mencatat format ini sebagai media utama, sehingga menegaskan bahwa gambar dengan teks memiliki daya tarik visual yang kuat, sekaligus memungkinkan narasi parodi untuk lebih mudah diterima tanpa verifikasi. Untuk membongkar hoaks jenis ini, tim Kanal Cek Fakta Kompas.com menggunakan teknik penelusuran gambar sebagai pendekatan utama. Teknik ini digunakan pada 2 berita debunk untuk melacak asal-usul gambar dan konteks aslinya. Dengan penelusuran yang teliti, tim berhasil mengidentifikasi elemen-elemen dalam gambar yang digunakan untuk menyampaikan informasi keliru

dan menjelaskan kepada publik konteks sebenarnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa hoaks jenis satire atau parodi sering kali memanfaatkan elemen humor untuk menyamarkan maksud manipulatifnya. Dengan menggunakan teknik penelusuran gambar, Kanal Cek Fakta Kompas.com mampu mengungkap asal-usul konten dan memberikan klarifikasi kepada masyarakat.

86 Gambar 4. 16 Contoh berita dengan jenis satire, media distribusi

Facebook, format gambar dan teks, serta teknik debunk berupa

penelusuran gambar. Berikut link dari berita. 4.4 Pembahasan Tabel 4.

3 Hasil Pembahasan Dimensi Temuan Jenis Hoaks Tim kanal Cek Fakta

Kompas.com paling sering menemukan dan membantah dua jenis hoaks,

yakni konten yang dimanipulasi dan hoaks selama Pemilu 2024, yakni

masing-masing 18 berita (26,9%). Media Distribusi Hoaks Tim kanal Cek

Fakta Kompas.com paling sering menemukan dan membantah hoaks Pemilu

2024 yang didistribusikan di Facebook, yakni 51 berita (76,12%).

Penyajian Hoaks Tim kanal Cek Fakta Kompas.com paling sering

menemukan dan membantah hoaks Pemilu 2024 dengan format video dan

teks sebanyak 55 berita (82,1%). Teknik Debunk Hoaks Tim kanal Cek

Fakta Kompas.com paling sering membantah hoaks Pemilu 2024 dengan

teknik pengamatan video sebanyak 26 berita (38,8%). Berdasarkan data

di atas, penyajian berita debunk hoaks Pemilu 2024 pada 87 Kanal

Cek Fakta Kompas.com memperlihatkan pendekatan yang sistematis dan

berbasis data dalam menangkal informasi palsu selama kampanye politik.

Penyajian berita debunk hoaks Pemilu 2024 pada Kanal Cek Fakta

Kompas.com mengikuti struktur yang konsisten dan berfokus pada

efektivitas dalam menyampaikan klarifikasi kepada pembaca. Berita debunk

hoaks disusun dalam lima bagian utama: judul, lead, narasi yang

beredar, penelusuran fakta, dan kesimpulan. Berita debunk hoaks di

Kompas.com disajikan dalam format yang konsisten dan terstruktur.

Setiap berita debunk dimulai dengan judul yang diawali dengan tag

“[HOAKS]” atau “[KLARIFIKASI]” untuk menunjukkan fokus pada pembanta

han informasi yang salah. Setelah itu, bagian lead atau paragraf

pertama menyajikan klaim hoaks yang beredar di masyarakat, termasuk kesimpulan jenis hoaks. Jenis hoaks yang paling banyak dibantah adalah konten yang dimanipulasi dan hoaks dengan masing-masing 18 berita (26,9%). Hal ini menunjukkan bahwa banyak hoaks menggunakan informasi asli yang disajikan dengan cara yang menyesatkan atau bahkan merupakan informasi sepenuhnya palsu. Konteks yang salah juga cukup sering muncul, mencakup 12 berita (17,9%), menunjukkan upaya untuk mengubah informasi asli guna menyebarkan narasi yang salah. Selanjutnya, bagian isi berita menjelaskan proses verifikasi yang dilakukan oleh Tim Cek Fakta, termasuk metode yang digunakan untuk membuktikan bahwa informasi tersebut salah. Proses penelusuran fakta dijelaskan dengan rinci. Pertama, kanal Cek Fakta menjelaskan media sosial yang menjadi media distribusi hoaks. Facebook merupakan platform yang paling banyak digunakan untuk menyebarkan hoaks, dengan 51 berita (76,1%) yang membantah hoaks yang berasal dari platform ini. Disusul oleh YouTube dan TikTok dengan masing-masing 9 berita (13,4%). Penggunaan media sosial yang beragam ini menunjukkan bahwa hoaks tidak hanya menyebar di satu platform tetapi juga berpindah-pindah di berbagai platform, memanfaatkan kekuatan masing-masing untuk mencapai audiens yang lebih luas. Namun, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konten manipulasi dan hoaks (hoax) didistribusikan melalui media sosial Facebook. Hal tersebut tidak dapat dilepaskan dengan jangkauan Facebook di 88 Indonesia. Data We Are Social (2024) menunjukkan bahwa Facebook menduduki peringkat ketiga website yang paling banyak dikunjungi oleh orang Indonesia pada 2024, dengan 432 juta pengunjung. Facebook hanya kalah dari Google dan Youtube. Untuk kategori platform media sosial, Facebook juga menempati urutan ketiga setelah Whatsapp dan Instagram. Jumlah pengguna Facebook di Indonesia sebanyak 81,6% dari jumlah populasi. Facebook juga memiliki karakteristik yang mendukung penyebaran jenis hoaks ini. Karakteristik Facebook, yakni memungkinkan pengguna untuk mengunggah konten berbasis



visual seperti video dan gambar. Selain itu, Facebook memungkinkan pengguna untuk mengunggah konten dari platform media sosial lain seperti YouTube atau TikTok melalui tautan atau unggahan langsung. Hal ini membuat Facebook menjadi tempat utama untuk mendistribusikan konten yang sudah diproduksi sebelumnya. Facebook juga memiliki kemampuan penyebaran yang cepat karena pengguna dapat membagikan (share) konten. Selain itu, Facebook memiliki grup diskusi yang sering menjadi tempat hoaks menyebar dengan cepat. Interaktivitas Facebook, seperti kemampuan pengguna untuk mengomentari, membagikan, atau menambah narasi baru, dapat memperkuat konten manipulasi. Misalnya, manipulasi video atau gambar sering diperkuat dengan komentar yang memanipulasi persepsi audiens. Kedua kategori di atas, yakni jenis hoaks dan media distribusi hoaks, yang juga tidak dapat dilepaskan dengan penyajian hoaks. Tim kanal Cek Fakta Kompas.com paling sering menemukan dan membantah hoaks Pemilu 2024 yang disajikan dengan format video dan teks sebanyak 55 berita (82,1%). Kombinasi ini menggabungkan visual (video) yang menarik perhatian dan teks yang memberikan narasi atau konteks tambahan untuk memperkuat pesan hoaks. Format video dan teks sering kali mengandung elemen visual yang dimanipulasi seperti pengeditan video. Penambahan teks sering digunakan untuk memperkuat narasi hoaks, misalnya dengan memberikan deskripsi yang salah atau menyesatkan tentang isi video. Penyajian hoaks dengan format video dan teks menunjukkan bahwa tren konsumsi konten video yang semakin populer di media sosial seperti Facebook dimanfaatkan oleh penyebar hoaks untuk menyebarkan informasi yang salah. Di Facebook, format video dengan teks menjadi format dominan hoaks dan format ini 89 sering digunakan untuk menyebarkan konten manipulasi. Video dan teks yang telah dimanipulasi didistribusikan melalui media sosial Facebook menarik perhatian lebih besar karena sifat viral konten video. Asumsinya, kekuatan visual video dapat memengaruhi emosi dan persepsi audiens tanpa memerlukan verifikasi mendalam. Teks

tambahan berfungsi untuk mengarahkan pemahaman audiens sesuai narasi yang diinginkan penyebar hoaks. Konten video dan teks yang telah dimanipulasi kemudian didistribusikan melalui Facebook ini dapat digunakan untuk tujuan propaganda. Penyebaran hoaks sebagai propaganda ini seperti yang dijelaskan oleh Utami (2018) dan Nadzir et al. (2019), yang menjelaskan bahwa hoaks sering kali digunakan sebagai alat propaganda untuk mempengaruhi persepsi publik. Penelitian ini mendukung argumen tersebut dengan menunjukkan bahwa banyak hoaks yang ditemukan adalah konten yang menyesatkan atau sepenuhnya palsu, yang sengaja diedarkan untuk mengelabui masyarakat. Upaya sistematis yang dilakukan oleh Kanal Cek Fakta Kompas.com dalam mendeteksi dan membantah hoaks ini penting untuk melindungi publik dari pengaruh negatif informasi palsu, yang sering kali digunakan untuk tujuan politik. Selanjutnya, isi berita juga menjelaskan Tim Cek Fakta menjelaskan teknik debunking untuk melakukan verifikasi. Jenis hoaks yang didominasi konten yang dimanipulasi dan penyajian hoaks yang didominasi dengan format video dan teks membuat Tim Cek Fakta Kompas.com dalam melakukan verifikasi, atau dalam proses debunking hoaks disebut teknik debunk hoaks. Proses debunk hoaks dalam format video memerlukan pendekatan yang lebih mendalam dibandingkan teks atau gambar karena video mengandung beberapa lapisan informasi, yakni visual, audio, dan konteks. Teknik pengamatan video adalah teknik debunk yang paling sering digunakan oleh Tim Cek Fakta Kompas.com, ditemukan dalam 26 berita (38,8%). Teknik ini melibatkan analisis detail terhadap elemen-elemen dalam video untuk membantah klaim hoaks. Analisis mendalam seperti memeriksa frame, metadata, dan elemen visual yang mungkin telah dimanipulasi. Verifikasi konteks, seperti mencocokkan video dengan kejadian aslinya atau menelusuri sumber video untuk memastikan keasliannya. Pemeriksaan teks dalam video, untuk mengidentifikasi 90 klaim yang tidak sesuai atau narasi yang sengaja dimanipulasi. Teknik ini relevan dengan format video dan teks karena

pengamatan detail pada visual dapat mengidentifikasi manipulasi seperti rekayasa video. Selain itu, pengamatan pada teks dalam video memungkinkan pengecekan kebenaran klaim yang disertakan, seperti judul, subtitle, atau narasi tambahan. Berdasarkan penjelasan di atas, tim Cek Fakta Kompas.com paling sering menemukan jenis hoaks berupa konten yang dimanipulasi dan hoaks (hoax). Kedua jenis hoaks ini kemungkinan mendominasi pada Pemilu 2024. Kedua jenis hoaks ini menyorot isu-isu sensitif dalam Pemilu 2024, seperti klaim manipulasi data, video yang diubah konteksnya, atau narasi yang sepenuhnya palsu. Pemilu adalah momen yang rentan terhadap manipulasi informasi karena tingkat emosi dan kepentingan politik yang tinggi. **17** Hoaks menjadi alat yang efektif untuk memengaruhi opini publik dan menyebarkan propaganda. Kedua jenis hoaks ini paling sering didistribusikan dalam format video dan teks di Facebook. Video dengan teks memanfaatkan sifat visual video untuk menarik perhatian audiens, sedangkan karakteristik Facebook memungkinkan interaksi luas melalui fitur berbagi, komentar, dan grup membuat platform ini efektif untuk menyebarkan video manipulasi. Video manipulasi yang disertai teks mampu memberikan narasi yang memengaruhi persepsi audiens tanpa memerlukan verifikasi. Untuk itu, tim Cek Fakta Kompas.com paling sering menggunakan teknik pengamatan video sebagai teknik debunk hoaks atau teknik verifikasi. Teknik ini memungkinkan Tim Cek Fakta Kompas.com untuk mengungkap manipulasi visual, yang sering menjadi inti dari jenis hoaks yang ditemukan dalam Pemilu 2024. Pendekatan debunking hoaks ini menunjukkan upaya yang sistematis dan teliti dalam memeriksa serta membantah informasi palsu, sehingga memberikan informasi yang benar dan akurat kepada publik. Berita adalah bagian integral dari komunikasi massa yang berfungsi untuk memberikan informasi yang akurat tentang peristiwa, isu, dan hal-hal yang unik di dunia (Harahap, 2014). Berita debunk hoaks dengan struktur yang sistematis dan berbasis data, yang sejalan dengan definisi berita yang “mengandung kebenaran berdasarkan fakta di lapangan

(Lubis & Koto, 2020). Ini penting dalam memastikan bahwa informasi yang disajikan benar- benar faktual, terutama dalam konteks Pemilu 2024, di mana penyebaran hoaks bisa 91 sangat mempengaruhi persepsi publik. Keberadaan berita online telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi informasi, memberikan fleksibilitas bagi pembaca untuk mengakses berita kapan saja dan di mana saja (Sari et al., 2020). Ini relevan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa hoaks sering kali menyebar melalui platform media sosial seperti Facebook, YouTube, dan TikTok. Tantangan utama di sini adalah risiko penyebaran informasi palsu atau hoaks, yang justru semakin mudah terjadi pada era digital ini. Hal ini menggarisbawahi pentingnya literasi informasi, sebagaimana dikemukakan oleh Sari et al. (2020), untuk membantu masyarakat mengonsumsi dan memahami berita online dengan kritis, agar tidak terjebak dalam informasi yang menyesatkan. Penelitian ini juga mencerminkan bagaimana kesalahan dalam pemakaian bahasa atau penyajian informasi dalam berita bisa mempengaruhi pemahaman masyarakat (Sari et al., 2020). Ketika hoaks disajikan dalam format yang tampak meyakinkan, seperti video dengan teks, masyarakat yang tidak memiliki literasi informasi yang memadai bisa dengan mudah terpengaruh. Oleh karena itu, upaya debunking yang dilakukan oleh Kompas.com tidak hanya sekadar membantah informasi palsu, tetapi juga mendidik masyarakat tentang pentingnya memverifikasi kebenaran berita yang mereka konsumsi. Penelitian ini menegaskan pentingnya prinsip-prinsip jurnalisme dalam menangkal hoaks, terutama dalam konteks media online yang memiliki keunggulan dalam hal penyimpanan, akses, kecepatan, dan interaksi dengan audiens. Pendekatan yang dilakukan oleh Kanal Cek Fakta Kompas.com dalam menyusun berita debunk hoaks adalah contoh konkret dari penerapan konsep-konsep jurnalisme ini, yang bertujuan untuk melindungi publik dari informasi yang salah dan memastikan bahwa berita yang disampaikan tetap akurat dan faktual. Penelitian ini memiliki kaitan yang kuat dengan

konsep-konsep jurnalisme yang dijelaskan oleh Weiner, Kovach, Rosenstiel, dan Foust. Menurut Weiner, dalam Mulyadi (2021), jurnalisme melibatkan proses mencari fakta, menyusun informasi, dan menyebarkan berita melalui media secara akurat sangat relevan dengan 92 pendekatan sistematis yang digunakan oleh Kanal Cek Fakta Kompas.com. Dalam penelitian ini, berita debunk hoaks disusun dengan struktur yang konsisten dan berbasis fakta, sesuai dengan prinsip jurnalisme untuk memastikan bahwa informasi yang disajikan kepada masyarakat adalah akurat dan dapat dipercaya. Penyajian berita dalam lima bagian utama—judul, lead, narasi yang beredar, penelusuran fakta, dan kesimpulan—menggambarkan bagaimana jurnalisme berfungsi untuk menyaring dan mengklarifikasi informasi palsu sebelum disampaikan kepada publik. Menurut Kovach dan Tom Rosenstiel, dalam Mulyadi (2021), tujuan utama jurnalisme, yaitu menyajikan informasi yang faktual, akurat, dan terpercaya, sangat tercermin dalam upaya Kanal Cek Fakta untuk memverifikasi dan membantah hoaks selama Pemilu 2024. Dengan fokus pada penyajian informasi yang benar, Kanal Cek Fakta membantu menjaga integritas proses demokrasi dengan memastikan bahwa publik menerima informasi yang dapat diandalkan. Ini sesuai dengan peran jurnalisme sebagai pelindung masyarakat dari informasi yang salah atau menyesatkan. Menurut Prihantoro, dalam Fadil (2020), media online yang mencakup portal, website, dan pers online, serta keunggulan jurnalisme online menurut Foust, dapat dilihat dalam cara penyajian berita debunk di Kompas.com. Platform online memungkinkan berita hoaks dan debunk disimpan dan diakses kembali (Storage and Retrieval), menjelaskan informasi secara rinci tanpa batasan ruang (Unlimited Space), serta menyebarkan informasi secara cepat dan langsung (Immediacy). Selain itu, penggunaan multimedia dalam bentuk teks, gambar, dan video untuk menyajikan berita debunk hoaks menunjukkan kemampuan multimedia capability yang dimiliki oleh media online. Interaksi antara jurnalis dan audiens melalui kolom komentar atau

media sosial (interactivity) juga berpotensi memperkuat proses debunking dengan melibatkan publik dalam diskusi tentang kebenaran informasi yang disajikan. Hal ini menunjukkan bagaimana jurnalisme online tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga melibatkan audiens dalam verifikasi informasi tersebut. 93 94 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 5.1

Kesimpulan Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penyajian berita debunk hoaks pada pengecekan fakta di kompas.com selama periode 28 November 2023–10 Februari 2024. Melalui pendekatan analisis isi kuantitatif, penelitian ini berusaha menganalisis bagaimana penyajian berita debunk hoaks yang disajikan oleh kompas.com untuk membantah hoaks. Kesimpulan yang telah didapat dalam penelitian ini adalah didasari dengan rumusan masalah dan tujuan dari penelitian ini, yaitu menjelaskan mengenai penyajian berita debunk hoaks pada kanal cek fakta di kompas.com pada periode 28 November 2023–10 Februari 2024. Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa pengecek fakta di Kompas.com memiliki pemahaman yang baik terkait istilah dan proses dalam pengecekan fakta. Mereka mampu menjalankan alur pengecekan fakta dengan baik, meskipun masih terdapat beberapa bias dalam memetakan proses verifikasi informasi. Hal ini mencerminkan komitmen Kompas.com untuk menyajikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya kepada publik. Hasil temuan dan interpretasi data dalam penelitian ini diambil berdasarkan berita-berita yang terdapat di Kompas.com pada periode 28 November 2023–10 Februari 2024. Berita dengan kriteria di atas menjadi unit analisis dalam penelitian ini untuk menjelaskan penyajian berita debunk hoaks pada Kanal Cek Fakta di Kompas.com. Pertama, penelitian ini menemukan bahwa jenis hoaks yang paling dominan dalam berita debunk di Kanal Cek Fakta Kompas.com adalah konten yang dimanipulasi dan hoaks murni yaitu sebanyak 18 berita hoaks dengan persentase 26,9%. Jenis hoaks ini sering kali melibatkan informasi yang dimanipulasi untuk menyesatkan pembaca atau klaim palsu yang disajikan sebagai fakta. Selain itu, jenis konten ketiga yang

juga digunakan dalam mempublikasikan berita hoaks, yakni 12 berita dengan persentase 17,9%. Konten sering digunakan untuk mengubah persepsi publik, terutama dalam konteks Pemilu 2024. Kedua, penelitian ini menggunakan media distribusi untuk mencegah 95 terjadinya penyebaran berita debunk hoaks. Pada media Facebook terdapat 51 berita hoaks dengan persentase 76,1% yang paling sering digunakan untuk menyebarkan hoaks yang dibahas dalam berita debunk di Kompas.com. Dapat dikatakan bahwa penyebaran hoaks sering kali dilakukan oleh media Facebook, karena facebook menayangkan banyak berita debunk hoaks yang harus dicegah untuk menghindari kesalah pahaman antar pembaca. Selanjutnya, terdapat Youtube dan Tiktok yang memiliki masing-masing 9 berita debunk hoaks dengan persentase 13,4%. Youtube dan tiktok juga muncul sebagai platform distribusi hoaks, meskipun frekuensinya lebih rendah dibandingkan dengan Facebook. Pola ini menunjukkan bahwa platform media sosial dengan pengguna yang besar dan fitur berbagi video menjadi sarana utama untuk penyebaran informasi palsu. Ketiga, video dengan teks adalah format penyajian hoaks yang paling sering ditemukan dalam berita debunk hoaks sebanyak 55 dengan persentase 82,1%. Format ini efektif dalam menarik perhatian pengguna dan menyebarkan pesan palsu dengan cepat. Selain itu, gambar dengan teks juga merupakan format umum yang ditemukan memiliki 11 berita dengan persentase 16,4%. Meskipun kurang dominan dibandingkan video dengan teks. Format teks saja jarang ditemukan, karena hoaks yang menyebar cenderung menggunakan elemen visual untuk meningkatkan daya tarik dan kredibilitas palsu. Keempat, penelitian ini mengidentifikasi bahwa teknik debunk yang paling sering digunakan oleh pengecek fakta di Kanal Cek Fakta Kompas.com adalah pengamatan video dengan cermat sebanyak 26 berita dengan persentase 38,8%. Teknik ini efektif dalam membongkar hoaks yang berbasis video dengan memeriksa secara mendetail setiap elemen visual dan audionya. Selanjutnya terdapat teknik debunk hoaks yakni penelusuran gambar sebanyak 20

berita dengan persentase 29,9% dan dilanjut oleh penelusuran video sebanyak 15 berita dengan persentase 22,4% juga cukup sering digunakan, terutama untuk memverifikasi keaslian konten visual. Teknik lain, seperti wawancara dengan pejabat pemerintah atau penggunaan alat pendukung seperti Google Lens, jarang digunakan karena mungkin memerlukan waktu lebih lama dan sumber daya lebih banyak. 96 Penelitian ini juga menunjukkan bahwa hoaks terkait Pemilu 2024 yang disajikan dalam Kanal Cek Fakta Kompas.com didistribusikan terutama melalui platform media sosial populer dengan format video dan gambar. Untuk membantah hoaks-hoaks ini, teknik-teknik berbasis pengamatan visual, seperti pengamatan video dan penelusuran gambar, menjadi metode yang dominan dan efektif. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya penggunaan berbagai teknik debunk untuk memastikan bahwa klaim palsu dapat diidentifikasi dan dibantah secara akurat dan cepat, khususnya dalam konteks Pemilu yang sangat rentan terhadap penyebaran informasi yang menyesatkan. 5.2 Saran 5.2.1 Saran akademis Saran untuk temuan ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya, yaitu: Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti pengaruh berita debunking hoaks terhadap literasi pembaca. 94 Dalam konteks literasi media, pembaca yang terpapar berita debunking diharapkan lebih mampu membedakan antara informasi yang benar dan hoaks. Namun, sejauh mana berita debunking seperti yang disajikan oleh Kompas.com benar-benar meningkatkan kemampuan pembaca untuk mengenali hoaks belum banyak diteliti. Penelitian selanjutnya dapat membandingkan penyajian berita debunking hoaks di dua media, baik nasional dan internasional. 40 44 75 Selain Kompas.com, tiga media online di Indonesia telah menerima sertifikasi International Fact Checking Network (IFCN) sejak 2018, yakni Tempo.co, Liputan6.com, dan Tirto.id. Penyajian berita debunking dapat berbeda di antara media nasional dan internasional, terutama dalam teknik debunking hoaks atau verifikasi, dan struktur berita. Pemahaman mengenai perbedaan ini dapat membantu mengidentifikasi praktik terbaik dalam debunking hoaks. 5.2.2

Saran Praktis Saran untuk temuan ini dapat digunakan untuk praktisi di Kompas.com dan masyarakat, yaitu: 1. Kompas.com dapat mengembangkan program literasi media yang lebih luas untuk membantu masyarakat mengenali hoaks secara mandiri. Ini bisa dilakukan melalui artikel edukatif, webinar, atau video tutorial yang menjelaskan cara-cara mendeteksi informasi palsu. Meskipun pengamatan video dan penelusuran gambar efektif, disarankan untuk lebih sering menggunakan teknik-teknik lain seperti wawancara dengan ahli atau penggunaan Google Lens. Ini akan memberikan pendekatan yang lebih holistik dalam memverifikasi klaim palsu yang mungkin tidak bisa dibongkar hanya dengan satu teknik. 2. Masyarakat perlu meningkatkan kemampuan literasi media, termasuk mengenali tanda-tanda hoaks seperti judul sensasional, informasi tanpa sumber jelas, atau konten yang memanfaatkan elemen visual manipulatif.

**112** Hoaks sering kali dirancang untuk memicu reaksi emosional. Masyarakat perlu tetap tenang dan skeptis terhadap informasi yang tampaknya terlalu provokatif atau luar biasa. Selain menahan diri dari menyebarkan hoaks, masyarakat juga dapat membantu menyebarkan berita debunk dari sumber terpercaya untuk memperluas edukasi kepada jaringan sosial mereka. 3. Media perlu mengadakan program edukasi literasi digital untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memverifikasi informasi. Mengajarkan masyarakat cara menggunakan sumber terpercaya dan mengenali tanda-tanda hoaks akan sangat membantu dalam memperkuat ketahanan informasi. Membangun kolaborasi dengan organisasi pengecekan fakta, pemerintah, dan lembaga pendidikan untuk memperkuat upaya melawan hoaks.

**104** Serta dapat Memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarkan informasi debunk secara efektif. Menggunakan format visual seperti infografis atau video pendek dapat menarik perhatian audiens muda dan meningkatkan pemahaman mereka tentang isu-isu penting.



REPORT #24529409

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>1.48%</b> cekfakta.kompas.com <a href="https://cekfakta.kompas.com/about">https://cekfakta.kompas.com/about</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>1.44%</b> repository.uinjkt.ac.id <a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57612/1/NURUL%20..">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57612/1/NURUL%20..</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>1.43%</b> repository.uinjkt.ac.id <a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/62736/1/RAHMASAR..">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/62736/1/RAHMASAR..</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>1.21%</b> inside.kompas.com <a href="https://inside.kompas.com/about-us">https://inside.kompas.com/about-us</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>1.13%</b> repository.uinjkt.ac.id <a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/70930/1/SITI%20RA...">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/70930/1/SITI%20RA...</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>1.01%</b> repository.uin-suska.ac.id <a href="https://repository.uin-suska.ac.id/15486/9/9.%20BAB%20IV_2018151KOM.pdf">https://repository.uin-suska.ac.id/15486/9/9.%20BAB%20IV_2018151KOM.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>1%</b> repository.radenfatah.ac.id <a href="https://repository.radenfatah.ac.id/16808/2/3.%20BAB%20II_DEA%20AL%20SYA..">https://repository.radenfatah.ac.id/16808/2/3.%20BAB%20II_DEA%20AL%20SYA..</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>1%</b> repository.karyailmiah.trisakti.ac.id <a href="https://repository.karyailmiah.trisakti.ac.id/documents/repository/laporan-pene..">https://repository.karyailmiah.trisakti.ac.id/documents/repository/laporan-pene..</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.86%</b> jkn.unitri.ac.id <a href="https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/download/90/57/">https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/download/90/57/</a>	●



REPORT #24529409

INTERNET SOURCE		
10. 0.76%	repository.uinjkt.ac.id <a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74760/1/RAFI%20FA..">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74760/1/RAFI%20FA..</a>	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.72%	cdc.uns.ac.id <a href="https://cdc.uns.ac.id/lowongan/perusahaan/494/Jobskompascom">https://cdc.uns.ac.id/lowongan/perusahaan/494/Jobskompascom</a>	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.65%	dspace.uui.ac.id <a href="https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/12755/05.2%20bab%202.p..">https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/12755/05.2%20bab%202.p..</a>	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.6%	kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/16188/4/BAB_II.pdf">https://kc.umn.ac.id/16188/4/BAB_II.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.58%	e-journal.uajy.ac.id <a href="https://e-journal.uajy.ac.id/25280/3/16%2009%2005967%203.pdf">https://e-journal.uajy.ac.id/25280/3/16%2009%2005967%203.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.58%	kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/18052/13/BAB_III.pdf">https://kc.umn.ac.id/18052/13/BAB_III.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
16. 0.45%	repository.uinjkt.ac.id <a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/62750/1/RINI%20DE..">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/62750/1/RINI%20DE..</a>	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.43%	jurnal.kominfo.go.id <a href="https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/5682/2094">https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/5682/2094</a>	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.4%	repository.uinbanten.ac.id <a href="http://repository.uinbanten.ac.id/7305/5/BAB%20III.pdf">http://repository.uinbanten.ac.id/7305/5/BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.39%	kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/16859/6/BAB_III.pdf">https://kc.umn.ac.id/16859/6/BAB_III.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
20. 0.38%	dspace.uui.ac.id <a href="https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/15173/05.2%20bab%202.p..">https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/15173/05.2%20bab%202.p..</a>	●



REPORT #24529409

INTERNET SOURCE		
21.	<b>0.37%</b> <a href="https://mankom.fikom.unpad.ac.id">mankom.fikom.unpad.ac.id</a>	● ●
	<a href="https://mankom.fikom.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2023/05/Multi-Case-An...">https://mankom.fikom.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2023/05/Multi-Case-An...</a>	
INTERNET SOURCE		
22.	<b>0.37%</b> <a href="https://ojs.stai-ibnurusyd.ac.id">ojs.stai-ibnurusyd.ac.id</a>	●
	<a href="https://ojs.stai-ibnurusyd.ac.id/index.php/jpib/article/download/86/27">https://ojs.stai-ibnurusyd.ac.id/index.php/jpib/article/download/86/27</a>	
INTERNET SOURCE		
23.	<b>0.36%</b> <a href="https://www.kompas.com">www.kompas.com</a>	●
	<a href="https://www.kompas.com/cekfakta/read/2023/12/13/210434482/klarifikasi-tida...">https://www.kompas.com/cekfakta/read/2023/12/13/210434482/klarifikasi-tida...</a>	
INTERNET SOURCE		
24.	<b>0.34%</b> <a href="https://eprints.upj.ac.id">eprints.upj.ac.id</a>	●
	<a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3160/10/BAB%203.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3160/10/BAB%203.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
25.	<b>0.33%</b> <a href="https://kc.umn.ac.id">kc.umn.ac.id</a>	●
	<a href="https://kc.umn.ac.id/id/eprint/22953/4/BAB_II.pdf">https://kc.umn.ac.id/id/eprint/22953/4/BAB_II.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
26.	<b>0.32%</b> <a href="https://journal.uinsgd.ac.id">journal.uinsgd.ac.id</a>	●
	<a href="https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba/article/download/28568/11541">https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba/article/download/28568/11541</a>	
INTERNET SOURCE		
27.	<b>0.32%</b> <a href="https://www.maxmanroe.com">www.maxmanroe.com</a>	●
	<a href="https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-media-online...">https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-media-online...</a>	
INTERNET SOURCE		
28.	<b>0.32%</b> <a href="https://repository.upnvj.ac.id">repository.upnvj.ac.id</a>	●
	<a href="https://repository.upnvj.ac.id/137/3/BAB%20I.pdf">https://repository.upnvj.ac.id/137/3/BAB%20I.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
29.	<b>0.31%</b> <a href="https://kc.umn.ac.id">kc.umn.ac.id</a>	●
	<a href="https://kc.umn.ac.id/16961/6/BAB_II.pdf">https://kc.umn.ac.id/16961/6/BAB_II.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
30.	<b>0.31%</b> <a href="https://www.digilib.unibba.ac.id">www.digilib.unibba.ac.id</a>	●
	<a href="https://www.digilib.unibba.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&amp;fid=276&amp;bid=1908">https://www.digilib.unibba.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&amp;fid=276&amp;bid=1908</a>	
INTERNET SOURCE		
31.	<b>0.29%</b> <a href="http://e-journal.uajy.ac.id">e-journal.uajy.ac.id</a>	●
	<a href="http://e-journal.uajy.ac.id/27273/2/150905744%201.pdf">http://e-journal.uajy.ac.id/27273/2/150905744%201.pdf</a>	



REPORT #24529409

INTERNET SOURCE		
32. 0.27%	repository.uin-suska.ac.id <a href="http://repository.uin-suska.ac.id/16124/9/9.%20BAB%20IV_2018311KOM.pdf">http://repository.uin-suska.ac.id/16124/9/9.%20BAB%20IV_2018311KOM.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
33. 0.26%	journal.universitaspahlawan.ac.id <a href="https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/download/3246..">https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/download/3246..</a>	●
INTERNET SOURCE		
34. 0.26%	kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/18196/5/BAB_III.pdf">https://kc.umn.ac.id/18196/5/BAB_III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
35. 0.26%	kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/13189/4/BAB_II.pdf">https://kc.umn.ac.id/13189/4/BAB_II.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
36. 0.24%	diskominfo.lamongankab.go.id <a href="https://diskominfo.lamongankab.go.id/posting/16314">https://diskominfo.lamongankab.go.id/posting/16314</a>	●
INTERNET SOURCE		
37. 0.24%	eprints.walisongo.ac.id <a href="https://eprints.walisongo.ac.id/20342/1/Skripsi_1801026016_Nurkarimah%20Qo..">https://eprints.walisongo.ac.id/20342/1/Skripsi_1801026016_Nurkarimah%20Qo..</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
38. 0.24%	uccareer.id <a href="https://uccareer.id/detail/company/561/pt-kompas-cyber-media-kompas-com">https://uccareer.id/detail/company/561/pt-kompas-cyber-media-kompas-com</a>	●
INTERNET SOURCE		
39. 0.24%	kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/15178/4/BAB_II.pdf">https://kc.umn.ac.id/15178/4/BAB_II.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
40. 0.23%	www.liputan6.com <a href="https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/5272712/tak-hanya-hoaks-ini-dia-7-je..">https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/5272712/tak-hanya-hoaks-ini-dia-7-je..</a>	●
INTERNET SOURCE		
41. 0.23%	aji.or.id <a href="https://aji.or.id/system/files/2024-10/jurnalisme-cek-fakta-melawan-disinforma...">https://aji.or.id/system/files/2024-10/jurnalisme-cek-fakta-melawan-disinforma...</a>	●
INTERNET SOURCE		
42. 0.22%	www.kompasiana.com <a href="https://www.kompasiana.com/litbangfcui/6030f60ed541df5ebf302362/media-so..">https://www.kompasiana.com/litbangfcui/6030f60ed541df5ebf302362/media-so..</a>	●



REPORT #24529409

INTERNET SOURCE		
43.	0.21% repositori.buddhidharma.ac.id <a href="https://repositori.buddhidharma.ac.id/1927/3/COVER-BAB%20III.pdf">https://repositori.buddhidharma.ac.id/1927/3/COVER-BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
44.	0.2% www.liputan6.com <a href="https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/5671959/cek-fakta-hoaks-judul-artik...">https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/5671959/cek-fakta-hoaks-judul-artik...</a>	●
INTERNET SOURCE		
45.	0.2% journal.uinsgd.ac.id <a href="https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba/article/download/37943/11574">https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba/article/download/37943/11574</a>	●
INTERNET SOURCE		
46.	0.2% kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/16972/4/BAB_II.pdf">https://kc.umn.ac.id/16972/4/BAB_II.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
47.	0.19% eprints.machung.ac.id <a href="http://eprints.machung.ac.id/2406/1/04.1._Anna_BOOK_CHAPTER_Validitas_da...">http://eprints.machung.ac.id/2406/1/04.1._Anna_BOOK_CHAPTER_Validitas_da...</a>	●
INTERNET SOURCE		
48.	0.18% ejournal3.undip.ac.id <a href="https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/2816...">https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/2816...</a>	●
INTERNET SOURCE		
49.	0.18% repo.iain-tulungagung.ac.id <a href="http://repo.iain-tulungagung.ac.id/12812/5/BAB%20II.pdf">http://repo.iain-tulungagung.ac.id/12812/5/BAB%20II.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
50.	0.18% eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3034/11/BAB%204.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3034/11/BAB%204.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
51.	0.16% www.gramedia.com <a href="https://www.gramedia.com/literasi/metodologi-penelitian/?srsltid=AfmBOoqSG...">https://www.gramedia.com/literasi/metodologi-penelitian/?srsltid=AfmBOoqSG...</a>	●
INTERNET SOURCE		
52.	0.16% komunikasipraktis.com <a href="https://komunikasipraktis.com/pengertian-journalistik-online-jurnalisme-era-inte..">https://komunikasipraktis.com/pengertian-journalistik-online-jurnalisme-era-inte..</a>	●
INTERNET SOURCE		
53.	0.15% jurnal.radenfatah.ac.id <a href="https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/tabayyun/article/download/17480/570..">https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/tabayyun/article/download/17480/570..</a>	●



REPORT #24529409

INTERNET SOURCE		
54.	0.15% digilib.unila.ac.id <a href="http://digilib.unila.ac.id/56009/2/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN...">http://digilib.unila.ac.id/56009/2/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN...</a>	●
INTERNET SOURCE		
55.	0.14% www.kompasiana.com <a href="https://www.kompasiana.com/ikasandraini4703/6786007dc925c4707a15d492/p...">https://www.kompasiana.com/ikasandraini4703/6786007dc925c4707a15d492/p...</a>	●
INTERNET SOURCE		
56.	0.14% lmsspada.kemdikbud.go.id <a href="https://lmsspada.kemdikbud.go.id/mod/resource/view.php?id=108775">https://lmsspada.kemdikbud.go.id/mod/resource/view.php?id=108775</a>	●
INTERNET SOURCE		
57.	0.14% repository.iainpare.ac.id <a href="https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/3641/1/16.3100.071.pdf">https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/3641/1/16.3100.071.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
58.	0.13% eprints.bbg.ac.id <a href="https://eprints.bbg.ac.id/402/1/Aulia%20Magfirah%20BAB%20I-V.pdf">https://eprints.bbg.ac.id/402/1/Aulia%20Magfirah%20BAB%20I-V.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
59.	0.13% repository.upi.edu <a href="http://repository.upi.edu/26847/6/S_IKOM_1206266_Chapter3.pdf">http://repository.upi.edu/26847/6/S_IKOM_1206266_Chapter3.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
60.	0.12% kangyogaswara.wordpress.com <a href="https://kangyogaswara.wordpress.com/2009/12/29/penelitian-kualitatif-dan-pe...">https://kangyogaswara.wordpress.com/2009/12/29/penelitian-kualitatif-dan-pe...</a>	●
INTERNET SOURCE		
61.	0.12% digilib.uinsgd.ac.id <a href="https://digilib.uinsgd.ac.id/41885/4/4_bab1.pdf">https://digilib.uinsgd.ac.id/41885/4/4_bab1.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
62.	0.11% www.gramedia.com <a href="https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-hoaks/?srsltid=AfmBOooelCaBfG..">https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-hoaks/?srsltid=AfmBOooelCaBfG..</a>	●
INTERNET SOURCE		
63.	0.11% kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/16486/4/BAB_II.pdf">https://kc.umn.ac.id/16486/4/BAB_II.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
64.	0.11% kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/17454/4/BAB_II.pdf">https://kc.umn.ac.id/17454/4/BAB_II.pdf</a>	●



REPORT #24529409

INTERNET SOURCE		
65.	0.1% media.neliti.com <a href="https://media.neliti.com/media/publications/368980-the-role-of-government-in...">https://media.neliti.com/media/publications/368980-the-role-of-government-in...</a>	●
INTERNET SOURCE		
66.	0.1% agribisnis.uma.ac.id <a href="https://agribisnis.uma.ac.id/2023/01/13/teknik-pengumpulan-data/">https://agribisnis.uma.ac.id/2023/01/13/teknik-pengumpulan-data/</a>	●
INTERNET SOURCE		
67.	0.1% repository.radenfatah.ac.id <a href="https://repository.radenfatah.ac.id/18960/3/3.pdf">https://repository.radenfatah.ac.id/18960/3/3.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
68.	0.1% indeks.kompas.com <a href="https://indeks.kompas.com/topik-pilihan/list/7225/cek.fakta.pemilu">https://indeks.kompas.com/topik-pilihan/list/7225/cek.fakta.pemilu</a>	●
INTERNET SOURCE		
69.	0.1% journal.walisongo.ac.id <a href="https://journal.walisongo.ac.id/index.php/attaqaddum/article/view/1163/932">https://journal.walisongo.ac.id/index.php/attaqaddum/article/view/1163/932</a>	●
INTERNET SOURCE		
70.	0.1% www.mkri.id <a href="https://www.mkri.id/index.php?page=download.Putusan&amp;id=4686">https://www.mkri.id/index.php?page=download.Putusan&amp;id=4686</a>	●
INTERNET SOURCE		
71.	0.1% www.merdeka.com <a href="https://www.merdeka.com/cek-fakta/cek-fakta-hoaks-tidak-ada-debat-capres-...">https://www.merdeka.com/cek-fakta/cek-fakta-hoaks-tidak-ada-debat-capres-...</a>	●
INTERNET SOURCE		
72.	0.1% repositori.uin-alauddin.ac.id <a href="http://repositori.uin-alauddin.ac.id/6479/1/CANGGI%20ARALIYA%20APRIANTI%2..">http://repositori.uin-alauddin.ac.id/6479/1/CANGGI%20ARALIYA%20APRIANTI%2..</a>	●
INTERNET SOURCE		
73.	0.1% kc.umn.ac.id <a href="https://kc.umn.ac.id/15391/4/BAB_II.pdf">https://kc.umn.ac.id/15391/4/BAB_II.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
74.	0.1% digilib.unila.ac.id <a href="http://digilib.unila.ac.id/63132/3/TESIS%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf">http://digilib.unila.ac.id/63132/3/TESIS%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
75.	0.09% www.liputan6.com <a href="https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/5249473/kenali-istilah-prebunking-da..">https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/5249473/kenali-istilah-prebunking-da..</a>	●



REPORT #24529409

INTERNET SOURCE		
76.	0.09% <a href="https://ejournal.up45.ac.id">ejournal.up45.ac.id</a> <a href="https://ejournal.up45.ac.id/index.php/JHCJ/article/download/1033/738/3771">https://ejournal.up45.ac.id/index.php/JHCJ/article/download/1033/738/3771</a>	●
INTERNET SOURCE		
77.	0.09% <a href="https://www.kompasiana.com">www.kompasiana.com</a> <a href="https://www.kompasiana.com/theboraharianja/575986833f23bda00475d16a/m...">https://www.kompasiana.com/theboraharianja/575986833f23bda00475d16a/m...</a>	●
INTERNET SOURCE		
78.	0.09% <a href="https://www.liputan6.com">www.liputan6.com</a> <a href="https://www.liputan6.com/feeds/read/5869316/apa-itu-propaganda-pengertian...">https://www.liputan6.com/feeds/read/5869316/apa-itu-propaganda-pengertian...</a>	●
INTERNET SOURCE		
79.	0.09% <a href="https://eprints2.undip.ac.id">eprints2.undip.ac.id</a> <a href="https://eprints2.undip.ac.id/14472/3/BAB%202.pdf">https://eprints2.undip.ac.id/14472/3/BAB%202.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
80.	0.09% <a href="https://lemlit.unpas.ac.id">lemlit.unpas.ac.id</a> <a href="https://lemlit.unpas.ac.id/wp-content/uploads/2022/02/Metode-Penelitian-Kuan...">https://lemlit.unpas.ac.id/wp-content/uploads/2022/02/Metode-Penelitian-Kuan...</a>	●
INTERNET SOURCE		
81.	0.09% <a href="http://repo.uinsatu.ac.id">repo.uinsatu.ac.id</a> <a href="http://repo.uinsatu.ac.id/19070/6/BAB%20III.pdf">http://repo.uinsatu.ac.id/19070/6/BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
82.	0.08% <a href="https://raharja.ac.id">raharja.ac.id</a> <a href="https://raharja.ac.id/2020/10/29/penelitian-kuantitatif/">https://raharja.ac.id/2020/10/29/penelitian-kuantitatif/</a>	●
INTERNET SOURCE		
83.	0.08% <a href="https://www.kompas.com">www.kompas.com</a> <a href="https://www.kompas.com/cekfakta/read/2024/04/09/165900682/-video-bereda...">https://www.kompas.com/cekfakta/read/2024/04/09/165900682/-video-bereda...</a>	●
INTERNET SOURCE		
84.	0.08% <a href="http://repository.uinfabengkulu.ac.id">repository.uinfabengkulu.ac.id</a> <a href="http://repository.uinfabengkulu.ac.id/1365/3/BAB%20II.pdf">http://repository.uinfabengkulu.ac.id/1365/3/BAB%20II.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
85.	0.08% <a href="https://www.detik.com">www.detik.com</a> <a href="https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6703142/memahami-pengertian-teks...">https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6703142/memahami-pengertian-teks...</a>	●
INTERNET SOURCE		
86.	0.08% <a href="https://blog.myskill.id">blog.myskill.id</a> <a href="https://blog.myskill.id/istilah-dan-tutorial/multimedia-content-meningkatkan-k...">https://blog.myskill.id/istilah-dan-tutorial/multimedia-content-meningkatkan-k...</a>	●



REPORT #24529409

INTERNET SOURCE		
87.	0.08% hive.telkomuniversity.ac.id <a href="https://hive.telkomuniversity.ac.id/cara-mengatasi-berita-hoax-di-dunia-maya/">https://hive.telkomuniversity.ac.id/cara-mengatasi-berita-hoax-di-dunia-maya/</a>	●
INTERNET SOURCE		
88.	0.07% www.kompas.com <a href="https://www.kompas.com/cekfakta/read/2023/11/28/180100782/-hoaks-jokowi...">https://www.kompas.com/cekfakta/read/2023/11/28/180100782/-hoaks-jokowi...</a>	●
INTERNET SOURCE		
89.	0.07% eprints.iain-surakarta.ac.id <a href="https://eprints.iain-surakarta.ac.id/8348/1/Skripsi%20Full%20%20TTD%20-%20...">https://eprints.iain-surakarta.ac.id/8348/1/Skripsi%20Full%20%20TTD%20-%20...</a>	●
INTERNET SOURCE		
90.	0.07% repository.radenfatah.ac.id <a href="https://repository.radenfatah.ac.id/10552/3/BAB%203.pdf">https://repository.radenfatah.ac.id/10552/3/BAB%203.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
91.	0.07% ejournal.undiksha.ac.id <a href="https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/PENJAKORA/article/download/13365...">https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/PENJAKORA/article/download/13365...</a>	●
INTERNET SOURCE		
92.	0.07% repository.upi.edu <a href="http://repository.upi.edu/47779/4/S_PKN_1506860_Chapter%201.pdf">http://repository.upi.edu/47779/4/S_PKN_1506860_Chapter%201.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
93.	0.07% repo.darmajaya.ac.id <a href="http://repo.darmajaya.ac.id/265/5/17.%20BAB%20III.pdf">http://repo.darmajaya.ac.id/265/5/17.%20BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
94.	0.07% kumparan.com <a href="https://kumparan.com/is-erlis/hoaks-dan-ujaran-kebencian-22xXMp0Vlp">https://kumparan.com/is-erlis/hoaks-dan-ujaran-kebencian-22xXMp0Vlp</a>	●
INTERNET SOURCE		
95.	0.06% www.researchgate.net <a href="https://www.researchgate.net/publication/275071133_Talent_Management_Co...">https://www.researchgate.net/publication/275071133_Talent_Management_Co...</a>	●
INTERNET SOURCE		
96.	0.06% www.tempo.co <a href="https://www.tempo.co/digital/ini-perbedaan-platform-video-igtv-youtube-dan-...">https://www.tempo.co/digital/ini-perbedaan-platform-video-igtv-youtube-dan-...</a>	●
INTERNET SOURCE		
97.	0.06% penerbitdeepublish.com <a href="https://penerbitdeepublish.com/validitas-data/">https://penerbitdeepublish.com/validitas-data/</a>	●



REPORT #24529409

INTERNET SOURCE

98. **0.06%** [www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com)

<https://www.beritasatu.com/ototekno/1069816/hatihati-ini-media-sosial-popul...>



INTERNET SOURCE

99. **0.06%** [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)

<https://www.liputan6.com/feeds/read/5867325/memahami-pengertian-caption...>



100.

INTERNET SOURCE

**0.05%** [idr.uin-antasari.ac.id](http://idr.uin-antasari.ac.id)

<https://idr.uin-antasari.ac.id/10751/9/BAB%20III.pdf>



101.

INTERNET SOURCE

**0.05%** [www.kompas.com](http://www.kompas.com)

<https://www.kompas.com/cekfakta/read/2025/01/24/164200282/-klarifikasi-vid...>



102.

INTERNET SOURCE

**0.05%** [jayapanguspress.penerbit.org](http://jayapanguspress.penerbit.org)

<https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/download/1259...>



103.

INTERNET SOURCE

**0.05%** [eprints.radenfatah.ac.id](http://eprints.radenfatah.ac.id)

<http://eprints.radenfatah.ac.id/4139/3/BAB%20II.pdf>



104.

INTERNET SOURCE

**0.05%** [fliphtml5.com](http://fliphtml5.com)

[https://fliphtml5.com/gbptu/mcwu/Serial\\_Evaluasi\\_Penyelenggaraan\\_Pemilu\\_S..](https://fliphtml5.com/gbptu/mcwu/Serial_Evaluasi_Penyelenggaraan_Pemilu_S..)



105.

INTERNET SOURCE

**0.05%** [www.sukabumiupdate.com](http://www.sukabumiupdate.com)

<https://www.sukabumiupdate.com/cek-fakta/148087/tangkal-hoaks-amsi-jabar...>



106.

INTERNET SOURCE

**0.05%** [idr.uin-antasari.ac.id](http://idr.uin-antasari.ac.id)





107.

INTERNET SOURCE

REPORT #24529409  
0.05% scholarhub.ui.ac.id



<https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1084&context=jkskn>

109.

INTERNET SOURCE

0.04% www.domainesia.com



0.05% repository.mediapenerbitindonesia.com  
<https://www.domainesia.com/berita/apa-itu-blog/>



<http://repository.mediapenerbitindonesia.com/338/1/Naskah%20Fix%20K%202...>

110.

INTERNET SOURCE

0.04% repository.uinjkt.ac.id



<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74986/1/MICHAIL%...>

111.

INTERNET SOURCE

0.03% ukmindonesia.id



<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/dampak-impact>

112.

INTERNET SOURCE

0.03% jurnalpost.com



<https://jurnalpost.com/mengurai-jaring-disinformasi-peran-psikologi-dalam-me...>

113.

INTERNET SOURCE

0.03% sipora.polije.ac.id



<https://sipora.polije.ac.id/34687/1/PEMAHAMAN%20KOMUNIKASI%20Mengartik...>

● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. 1.1% www.kompas.com

<https://www.kompas.com/cekfakta/read/2023/11/28/180100782/-hoaks-jokowi...>

INTERNET SOURCE

2. 0.09% tirto.id

<https://tirto.id/jokowi-instruksikan-aparat-desa-untuk-menangkan-capres-apa-...>

INTERNET SOURCE

3. 0.07% repository.upi.edu

[http://repository.upi.edu/47779/4/S\\_PKN\\_1506860\\_Chapter%201.pdf](http://repository.upi.edu/47779/4/S_PKN_1506860_Chapter%201.pdf)

INTERNET SOURCE

4. 0.06% journal.banjaresepacific.com

<https://jurnal.banjaresepacific.com/index.php/jimr/article/download/991/848/...>

5. **0.05%** repository.uinjkt.ac.id<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74760/1/RAFI%20FA..>

## REPORT #24529409

## INTERNET SOURCE

6. **0.04%** www.kompas.com<https://www.kompas.com/cekfakta/read/2025/01/24/142800682/-klarifikasi-vid...>

## INTERNET SOURCE

7. **0.03%** dspace.uui.ac.id<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/15173/05.2%20bab%202.p..>

## INTERNET SOURCE

8. **0.02%** mankom.fikom.unpad.ac.id<https://mankom.fikom.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2023/05/Multi-Case-An...>

## INTERNET SOURCE

9. **0.02%** repository.uinjkt.ac.id<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57612/1/NURUL%20..>

## INTERNET SOURCE

10. **0.01%** cekfakta.kompas.com<https://cekfakta.kompas.com/about>