

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	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta	Penelitian Kualitatif	Literasi informasi antihoaks politik menjadi penting. Berdasarkan	-	Penelitian ini fokus pada literasi informasi antiberita hoaks,

	pada Warga Paguyuban At-Taufiq, Kec. Babelan, Kab. Bekasi, Dede Suprayitno (2022).			periode pemilu 2019, banyak berita hoaks bertema politik ditemukan. Pengukuran survei menunjukkan dominasi berita politik dalam hoaks.		sementara penelitian selanjutnya akan lebih fokus pada analisis isi kualitatif tentang penyajian berita di kanal Cek Fakta Kompas.com terkait hoaks dalam pemilihan umum 2024.
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%.	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. Studi ini menganalisis beberapa organisasi pengecekan fakta seperti "Cek Fakta-Liputan 6", "Cek Fakta-Suara.com", "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 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 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). Menurut Lorie Ackerman pengertian media *online* merupakan suatu bentuk dimana penerbitan *online* yang akan digunakan untuk menyampaikan berbagai 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 menyebarluaskan 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 disebarakan melalui internet. Jurnalisme online juga dapat diartikan sebagai penyebarluasan informasi melalui situs web atau protal berita. Foust mengemukakan bahwa terdapat tujuh keunggulan dari jurnalisme *online* sebagai berikut (Prilani, 2017):

1. 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.
3. Immediacy adalah kemampuan dalam menyampaikan informasi berita secara cepat dan langsung pada saat peristiwa tersebut terjadi.
4. Multimedia Capability adalah kemampuan dalam menyajikan berita dalam bentuk suara, gambar, video, teks, grafik, dan komponen lainnya.
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 dipergunakan oleh berita dijadikan hal lazim pada masyarakat yang mampu mengakibatkan adanya peralihan penggunaan bahasa Indonesia.

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. 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 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). Menurut Lynda Walsh dalam buku berjudul "Sins Against Science," istilah hoaks atau kabar bohong mulai dikenal sejak era industri pada tahun 1808. 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. 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 yang telah tersebar di masyarakat. Tujuannya adalah mengoreksi kesalahan informasi dengan menyajikan fakta yang akurat, sehingga publik tidak lagi terpengaruh oleh hoaks tersebut. Metode debunking adalah proses mengungkap fakta dari informasi yang salah atau menyesatkan. Debunking bekerja dengan memberikan sanggahan dan klaim yang jelas berdasarkan hasil pengecekan fakta (Safitri, 2022). Debunking merupakan bagian dari proses cek fakta yang membutuhkan seperangkat alat dan kemampuan dalam melakukan verifikasi (Mantzarlis, 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. 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.

2.2.6. 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 memanipulasi berita dengan konteks yang berbeda antara lain:

1. **Satire dan Parodi:** Sindiran dan parodi menyajikan informasi palsu dengan 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, 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 memungkirkan fakta Informasi yang tidak benar atau salah.

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.

2.2.7. 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. 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, 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 menjelekkan 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 akunya dapat dipertanggungjawabkan. 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. 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. 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 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.

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 dienkripsi, dan tidak memberikan akses kepada pihak ketiga untuk membaca beredarnya pesan di platform tersebut.

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 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

2.2.8. 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.
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 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 disebarakan melalui informasi asli.

2.2.9. 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 menghilangkan prasangka narasi yang salah.
6. Pencarian Kata Kunci di Google menggunakan filter: Memanfaatkan filter penelusuran, seperti filter tanggal dan waktu, untuk melakukan penelusuran

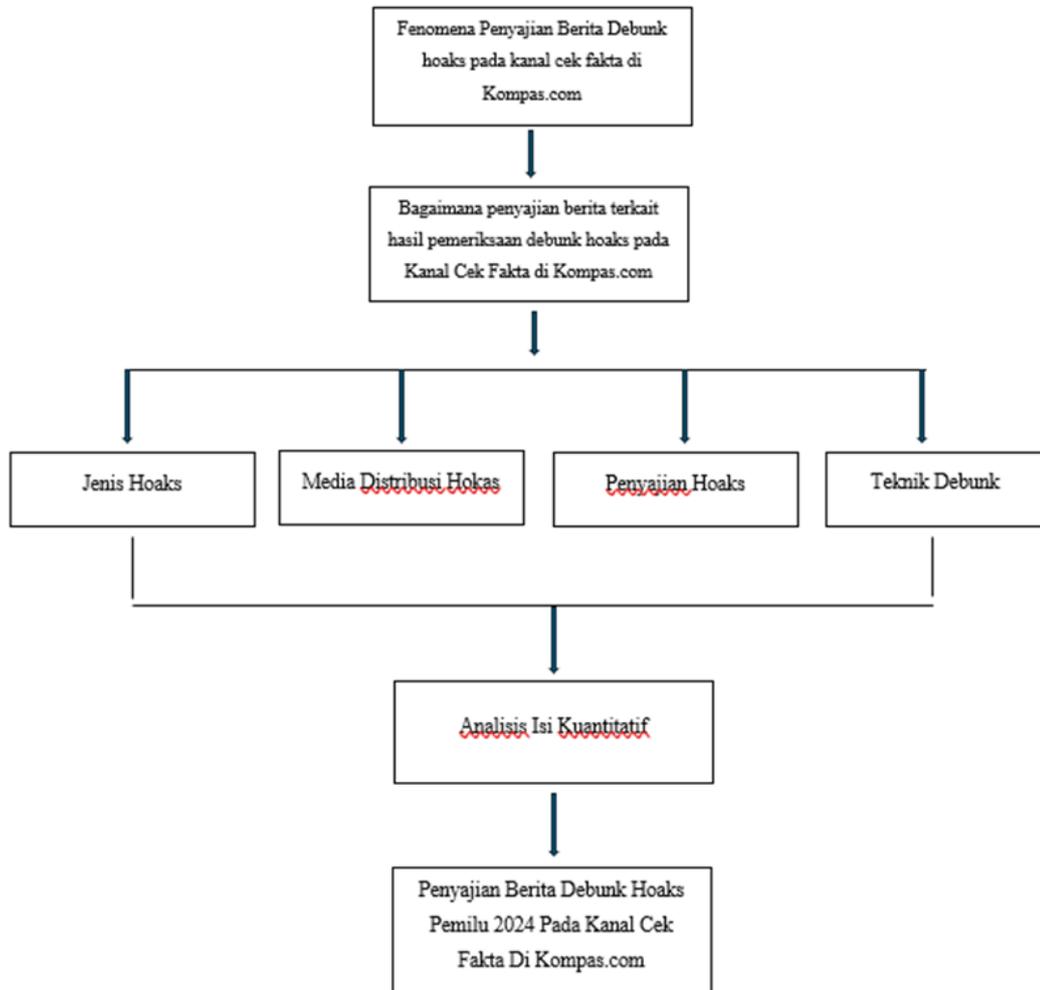
komprehensif di Google dan menghilangkan prasangka informasi yang salah dengan lebih efektif.

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 mengungkap 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 digunakan untuk mendapatkan informasi dari sumber resmi atau seseorang yang

terkait dalam berita yang disebarakan 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 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.