

JURNAL KAJIAN MEDIA

e-ISSN: 2579-9436, URL: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/index>

| | | |
|------------|---------------|------------------|
| Vol 2 No 2 | Desember 2018 | Halaman 97 - 101 |
|------------|---------------|------------------|

Upaya Media Massa *Online* dalam Menghadapi Berita Hoax

Almira Nabila Desga
STIKOM LSPR Jakarta
nabila.desga@gmail.com

English Title: Online Mass Media's Effort against Hoax News

Abstrak - Awalnya hanya ada dua jenis media, yaitu media cetak dan media penyiaran. Pada abad ke 20, munculah media online. Informasi semakin mudah dan cepat didapat. Masyarakat tidak hanya mendapatkan informasi, tetapi bisa juga sebagai sumber informasi. Namun, kita tidak dapat mengetahui apakah berita tersebut sudah terverifikasi secara benar atau belum. Maraknya berita hoax yang beredar menjadi salah satu masalah dalam komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran media massa online dalam menghadapi berita hoax. Media yang dipilih adalah tiga media massa online yang paling sering diakses di Indonesia, yaitu Tribunnews.com, Detik.com, dan Kompas.com. Teori yang digunakan adalah Teori Pers Tanggung Jawab Sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data primer yang diperoleh melalui wawancara semiterstruktur dan observasi. Data sekunder melalui buku-buku yang ada di berbagai perpustakaan ataupun toko buku, jurnal, dan juga melalui internet terutama situs yang membahas mengenai berita hoax. Hasil yang diperoleh adalah jurnalis media melawan berita hoax dengan cara melakukan verifikasi, bekerjasama dengan pihak ketiga, media memberikan informasi yang benar, meluruskan informasi yang ada, mencerahkan masyarakat, media tidak hanya mewawancarai satu narasumber, Detik.com dan Kompas.com memiliki fitur di portal beritanya agar masyarakat dapat melaporkan berita yang masih simpang siur.

Kata kunci: Peran Media Massa Online, Hoax, Teori Pers Tanggung Jawab Sosial, Sembilan Elemen Jurnalisme, Verifikasi.

Abstract - Initially there were only two types of media, namely printed media and broadcast media. As time goes by, online media appear. Information is getting easier and faster. Society does not only get information, but can also become as a source of information. However, we do not know whether the news has been verified correctly or not. The rise of hoax becomes one of the problems in communication. This study aims to determine the role of online mass media in facing hoax. Three most frequently accessed online mass media in Indonesia are selected in this research, namely Tribunnews.com, Detik.com, and Kompas.com. The theory used is Social Responsibility Theory. The method used in this research is qualitative descriptive

with primary data collection techniques obtained through semi-structured interview, and secondary data through books, journals, and internet. This research found that in facing hoax, media journalists do verification by visiting the crime scene, making a call to authorities. The presence of media is to provide the correct, credible information, verify incoming information and to enlighten the minds of the reader. Detik.com and Kompas.com have an anti-hoax feature on their news portal where people can make reports on news that they suspect as a hoax.

Keywords: *Role of Online Mass Media, Hoax, Social Responsibility Theory, Nine Elements of Journalism, Verification.*

PENGANTAR

Perkembangan media saat ini menjadi topik yang menarik untuk dibahas. Awalnya, hanya ada dua jenis media. Pertama, yaitu media cetak, seperti surat kabar, tabloid, majalah, dan lain-lain. Kedua, yaitu media elektronik, seperti radio, film, dan televisi. Seiring berjalannya waktu, munculah media baru, yaitu media *online* (internet).

Dalam buku *Di Bawah Bayang-Bayang Krisis Laporan Tahunan AJI 2015*, Suwarjono mengatakan bahwa media di Indonesia terus berkembang dan mendorong perubahan dalam cara mengakses informasi. Informasi semakin mudah dan cepat didapat, cukup melalui genggaman tangan. Masyarakat tidak hanya mendapat informasi, tetapi juga bisa menjadi sumber informasi (Manan, 2015, p.III).

Kecepatan dalam memberikan informasi bukan lagi menjadi hal yang aneh, jurnalis dari masing-masing media seakan berlomba menjadi yang pertama untuk memberikan informasi guna memenuhi naluri ingin tahu khalayaknya. Namun kita tidak dapat mengetahui secara pasti apakah berita tersebut sudah terverifikasi secara benar dan siapa yang akan bertanggung jawab atas berita-berita yang sudah beredar. Maraknya berita hoax yang beredar dengan cepat di masyarakat menjadi salah satu masalah dalam komunikasi (Margianto & Syaefullah, 2014, p.5).

Menurut Masyarakat Telematika Indonesia, saluran yang paling sering digunakan untuk menyebarkan berita hoax adalah sosial media (Facebook, Twitter, Instagram, Path) sebanyak 92.40%, aplikasi *chatting* (Whatsapp, Line, Telegram) menduduki peringkat kedua setelah sosial media, yaitu sebanyak 62.80%. Berita hoax atau berita bohong adalah berita informasi palsu, atau fakta yang dipelintir atau direkayasa lalu sengaja disamarkan layaknya kebenaran (@kemenkominfo, 2017, November 17).

Manan berdasarkan Tempo.co, menuliskan salah satu kasus menonjol terkait pemilu yang masuk ke Dewan Pers adalah *Obor Rakyat*, media yang dikelola oleh sejumlah orang yang bekerja di Istana Negara. Dalam Edisi I *Obor Rakyat*, 5-11 Mei 2014, terdapat tulisan berjudul "*Capres Boneka*" dengan gambar Jokowi mencium tangan Megawati. Dalam edisi itu terdapat artikel berjudul "*184 Caleg Nonmuslim PDIP untuk Kursi DPR*". Terdapat pula 14 berita yang dinilai berisi kampanye hitam, di antaranya berjudul "*Capres Boneka Suka Ingkar Janji*", "*Cukong-cukong di Belakang Jokowi*", dan lain-lain. Selain itu, terdapat rubrik wawancara dengan salah satu Ketua Majelis Ulama Indonesia Kholil Ridwan yang berjudul "*Jokowi Selalu Mewariskan Jabatan ke Nonmuslim*". Jokowi mengatakan kepada Tempo.co pada 12 Juni 2014 bahwa berita tersebut adalah fitnah dan diduga dibiayai oleh musuh politiknya. Hatta Rajasa, pendamping Prabowo Subianto, membantah membiayai *Obor Rakyat* (Manan, 2015, pp. 40-41).

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori tanggung jawab sosial karena teori tersebut sesuai dengan apa yang ingin diteliti yaitu upaya media massa online dalam menghadapi berita hoax. Teori tanggung jawab sosial menjelaskan tanggung jawab pers kepada masyarakat. Teori tanggung jawab sosial merupakan teori pers yang paling relevan di Indonesia.

Teori pers tanggung jawab sosial lahir sekitar awal abad ke-20 sebagai kritik terhadap teori pers liberal. Teori liberal memberi kesempatan yang luas kepada kaum bisnis (kapitalis) untuk menguasai pers, mereka yang menentukan fakta dan kebenaran untuk disiarkan kepada masyarakat. Hal tersebut tentu saja dapat membahayakan demokrasi. Bertolak dari kenyataan ini, lahirlah teori pers tanggung jawab sosial dengan tujuan untuk mengurangi dominasi kaum bisnis dalam pers. Dalam teori tanggung jawab sosial, semua kegiatan pers harus bertanggung jawab kepada masyarakat. Teori ini berusaha untuk menjaga moral masyarakat (Abrar, 2011, pp. 47-48).

Menurut Abrar (2011, p. 60), secara politis-ideologis, sistem pers di Indonesia adalah sistem pers Pancasila. Hal tersebut sesuai dengan konsep sembilan elemen jurnalisme dalam buku berjudul Sembilan Elemen Jurnalisme yang ditulis oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel. Inti sembilan elemen jurnalisme adalah wartawan atau media harus memegang teguh kebenaran.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Analisa data dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik wawancara semiterstruktur terhadap beberapa narasumber media massa *online*.

Untuk memperoleh data-data yang dipercaya dalam sebuah penelitian dan untuk memperlengkap informasi, maka peneliti memilih tiga narasumber yang berbeda dari tiga media massa *online*, yaitu Tribunnews.com, Detik.com, dan Kompas.com.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi untuk mendapatkan data yang valid dan memperlengkap informasi. Peneliti menggunakan teknik wawancara semiterstruktur dalam melakukan penelitian ini untuk memperoleh data primer, sehingga pertanyaan yang telah disiapkan ataupun pertanyaan yang muncul pada saat proses wawancara berlangsung dapat diperoleh untuk melengkapi data dan pertanyaannya dapat dikembangkan lagi. Tujuannya untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka.

Penelitian ini memperoleh data sekunder melalui buku-buku yang ada di berbagai perpustakaan ataupun toko buku, artikel jurnal, dan juga melalui internet terutama website yang membahas mengenai berita hoax.

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik analisis data model interaktif Miles & Huberman yaitu dengan cara peneliti melakukan verifikasi data berupa sinkronisasi antara temuan penelitian dengan konsep penelitian (Sugiyono, 2014, pp. 430-438).

Setelah melakukan wawancara, peneliti mengecek kembali data hasil wawancara menggunakan teknik pemeriksaan keterpercayaan dengan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Peneliti melakukan wawancara dengan tiga narasumber dari jurnalis media online yang berbeda untuk mengecek apakah data sudah sesuai dengan realitas dan untuk memperkuat data penelitian. Peneliti juga melakukan triangulasi teknik yaitu mengecek data dengan melakukan observasi pada situs berita.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui upaya media massa online dalam menghadapi berita hoax.

DISKUSI

Hasil penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut:

Jurnalis media melawan berita hoax dengan cara melakukan verifikasi. Mekanisme verifikasi yang dilakukan adalah datang langsung ke tempat kejadian atau menelepon pihak yang berwenang. Seperti yang dikatakan oleh Ahmad Toriq, Wakil Redaktur Pelaksana detikNews, "Misal, ada kecelakaan, disebut jumlahnya yang meninggal sekian. Kita verifikasi ke pihak yang berwenang. Kita tidak akan mengunggah berita yang cuma disebut di media sosial tanpa konfirmasi pihak yang berwenang. Misalnya reporter melaporkan berita kira-kira pernyataannya aneh, kita minta rekaman, begitu kurang lebihnya". Banyaknya berita terkait dari suatu berita merupakan hasil verifikasi yang mendalam, seperti yang dikatakan Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, seorang reporter mungkin tidak bisa bergerak melampaui akurasi pada tingkat permukaan dalam berita pertama. Cerita pertama berkembang menjadi cerita kedua, di mana sumber berita menanggapi kesalahan dan unsur yang hilang dalam berita pertama, dan berita kedua berkembang menjadi berita ketiga, dan seterusnya. Konteks ditambahkan dalam tiap lapisan berikutnya (Sopian, 2006, p.48).

Media bekerja sama dengan pihak ketiga yaitu Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) dan Polri untuk memerangi hoax. "Kami juga sudah berkolaborasi dengan dua media, yakni Kompas.com dan Tempo.co dan ada 15 media online lagi yang akan bergabung dengan kolaborasi fact checking bareng," ujar Septiaji. Terkait kerjasama dengan pemerintah, Septiaji mengaku pihaknya menjalin kerjasama dengan jaringan anak muda yang dibentuk oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk memperkuat edukasi dan literasi. MAFINDO juga bekerjasama dengan Polri. Apabila sewaktu-waktu klarifikasi yang telah dilakukan oleh tim MAFINDO bisa dijadikan alat untuk memancing permusuhan dan menimbulkan rekayasa baru dengan pola transaksional, maka Polri bisa melakukan penindakan hukum lebih lanjut (Rachman, 2018, Maret 2).

Untuk mendapatkan informasi yang lengkap, media tidak hanya mewawancarai satu narasumber. Masing-masing narasumber diberikan ruang untuk menyampaikan pendapatnya. Seperti yang dikatakan oleh Ahmad Toriq, Wakil Redaktur Pelaksana detikNews, "Wartawan tidak boleh menyimpulkan, wartawan tulis apa adanya, narasumber ngomong begitu yaudah tulis begitu. Itu fakta narasumber. Nanti omongan itu diuji oleh narasumber lain, kita cari narasumber lain".

Detik.com memiliki kanal berita "Hoax or Not", dan Kompas.com memiliki kanal berita "Hoax atau Fakta" di portal beritanya dengan tujuan agar masyarakat dapat mengetahui informasi yang mereka terima adalah berita benar atau berita bohong. Seperti yang dikatakan oleh Heru Margianto selaku Wakil Redaktur Pelaksana Kompas.com, "Cara Kompas.com melawan hoax, kita punya fitur 'Hoax atau Fakta'. Kita bisa cek fakta-fakta lain, sehingga orang bisa ngecek, kami punya database-nya, hasil verifikasi kami. Lalu kalau ada informasi yang membingungkan, ini hoax atau bukan, bisa laporkan di sini. Kita laporkan datanya, faktanya. Ini ada informasi kayak gini, ada gambarnya, ada link akun yang nyebarin, bener gak sih? Nanti tim kami dan pihak ketiga MAFINDO akan melakukan verifikasi. Kami melawan hoax dengan cara ini".

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti ingin menyampaikan pemaparan mengenai hasil tujuan penelitian yang ditentukan oleh peneliti yaitu bagaimana upaya media massa online dalam menghadapi berita hoax. Upaya media massa online dalam menghadapi berita hoax adalah jurnalis melawan hoax dengan cara:

1. Media melawan hoax dengan cara melakukan verifikasi. Mekanisme verifikasi yang dilakukan adalah datang langsung ke tempat kejadian atau menelepon pihak yang berwenang.
2. Media bekerja sama dengan pihak ketiga yaitu Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) dan Polri untuk memerangi hoax.
3. Berita yang diterbitkan di media harus memberikan informasi yang benar, meluruskan informasi yang ada, dan mencerahkan masyarakat.
4. Media melakukan perannya dalam meluruskan berita hoax dengan cara memberi pencerahan agar masyarakat mengetahui berita yang sebenarnya. Detik.com dan Kompas.com memiliki fitur berita hoax agar masyarakat dapat mengetahui berita yang mereka terima adalah berita benar atau berita bohong.
5. Media mengunggah berita-berita penting yang disajikan dalam bentuk breaking news atau trending topic. Masing-masing media memiliki fitur menarik lainnya, sehingga masyarakat dapat membaca apa yang ingin dia baca atau ketahui dari sebuah informasi.
6. Untuk mendapatkan informasi yang lengkap, media tidak hanya mewawancarai satu narasumber. Masing-masing narasumber diberikan ruang untuk menyampaikan pendapatnya.

DAFTAR BACAAN

- Abrar, A.N. (2011). *Analisis Pers: Teori dan Praktik*. Cahaya Atma Pustaka: Yogyakarta.
- @kemenkominfo. 2017. *Kementerian Kominfo*. Diakses pada 24 Februari 2018. <<https://www.instagram.com/p/Bbk0D8Ujxql/>>.
- Manan. A. (2015). *Di Bawah Bayang-Bayang Krisis Laporan Tahunan AJI 2015*. Jakarta, Indonesia: Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia.
- Margianto, J.H. & Syaefullah, A. (2014). *Media Online: Antara Pembaca, Laba, Dan Etika Problematika Praktik Jurnalisme Online Di Indonesia*. Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia: Jakarta, Indonesia.
- Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel). (2017). *Hasil Survey Mastel tentang Wabah Hoax Nasional*. Masyarakat Telematika Indonesia: Jakarta, Indonesia.
- Rachman, D.A. (2018). *Masyarakat Anti Fitnah Indonesia Akan Buat Pusat Data Hoax Nasional*. Diakses pada 1 April 2018. <<https://nasional.kompas.com/read/2018/03/02/12340791/masyarakat-anti-fitnah-indonesia-akan-buat-pusat-data-hoax-nasional>>.
- Sopian, A (Ed.). (2006). *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Jakarta, Indonesia: Yayasan Pantau & Institut Studi Arus Informasi dan Kedutaan Besar Amerika Serikat
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta: Bandung, Indonesia.