

BAB I

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi di masyarakat. Pemberitaan saat ini tidak hanya didapatkan dari media massa konvensional seperti surat kabar, radio, dan televisi, tetapi juga dari media sosial dan media online. Dengan adanya internet dan platform digital, informasi dapat disampaikan dengan cepat dan efisien kepada khalayak luas. Namun, di balik kemudahan ini, terdapat tantangan yang tidak bisa diabaikan, yaitu penyebaran berita yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Tetapi kini pola tersebut telah berubah akibat dari hadirnya smartphone dan jaringan internet, khalayak mulai menerima dan memilih paparan informasi dari media massa berbasis online dan media sosial. Berdasarkan data yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia hingga 2020 mencapai 196.71 juta jiwa dari jumlah penduduk Indonesia 266.91 juta jiwa. Artinya ada sekitar 73,7% masyarakat yang telah mengakses internet (APJII, 2020). Lebih jauh, data juga menunjukkan salah satu perilaku pengguna di internet yakni mengakses media sosial Facebook, Instagram, dan Twitter. Fenomena ini akhirnya mengakibatkan semakin mudahnya seseorang mencuit sesuatu, sehingga muncullah istilah “Tsunami Informasi” yang merujuk pada gelombang informasi yang sangat masif terjadi.

Lebih jauh, data juga menunjukkan salah satu perilaku pengguna di internet yakni mengakses media sosial Facebook, Instagram, dan Twitter. Fenomena ini akhirnya mengakibatkan semakin mudahnya seseorang mencuit sesuatu, sehingga muncullah istilah “Tsunami Informasi” yang merujuk pada gelombang informasi yang sangat masif terjadi.

Melonjaknya pegiat internet juga lantas menjadikan media massa turut terdorong untuk menyesuaikan dengan aktifitas masyarakat berselancar di internet. Alhasil Dewan Pers pada 2017 mencatat ada sekitar 43.300 media siber

(online) yang tersebar di Indonesia, sayangnya hanya 500 media yang baru terdaftar di Dewan Pers, dan 78 media lainnya sudah terverifikasi secara factual dan administratif (Okezone.com, 2017). Kembali kepada tsunami informasi, hal ini bagai dua sisi mata uang. Satu sisi berarti informasi dari seluruh penjuru Indonesia bahkan dunia sangat mungkin bisa diakses, dan sisi lainnya, informasi yang berkembang menjadi tidak jelas kredibilitasnya karena sumber informasi juga bisa berasal dari jurnalisme warga yang tidak terikat dengan Kode Etik Jurnalistik layaknya profesi wartawan. Alhasil, kemudahan dari media digital yang menciptakan banjir informasi ini menjadikan fenomena *Hoaks* sebagai suatu keniscayaan. (Nurlatifah & Irwansyah, 2021)

Survey Masyarakat Telematika (Mastel) Indonesia pada 2019 dengan responden sebanyak 941 orang yang didominasi usia 25-40 tahun menunjukkan bahwa 87,50% dari mereka mendapat sebaran *Hoaks* melalui sosial media, lalu melalui aplikasi *chatting* (67,00%), *website* (28,0%), *email* (2,60%), televisi/radio (8,10%), televisi (8,70%), dan melalui radio (1,20%). Meski presentase penyebaran *Hoaks* melalui sosial media di tahun 2019 menurun daripada hasil survey pada 2017 sebesar 92,40%, tetapi sosial media tetap menjadi saluran penyebaran *Hoaks* yang tertinggi. Bentuk *Hoaks* yang sering mereka terima adalah berbentuk tulisan (70,7%), foto editan (57,8%), foto dengan *caption* palsu (66,3%), video editan dengan *dubbing* palsu (33,2%), video editan yang dipotong-potong (53,2%), dan berita/foto/video lama yang diunggah kembali (69,20%). (Laman Lembaga Survey Masyarakat Telematika (Mastel) Indonesia Edisi 2019). Sementara itu, data yang dipaparkan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menyebut ada sebanyak 800 ribu situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebaran *Hoaks* dan ujaran kebencian.

Pihak pers pun ramai memberitakan dan memperbaharui setiap informasi baru kepada masyarakat baik dalam media cetak, televisi, maupun media online. Peran pers untuk masyarakat sendiri adalah memberikan pelayanan dengan cara melaporkan peristiwa yang ada dalam kehidupan di masyarakat itu sendiri sesuai dengan fakta yang ada

Pemerintah pun telah menjaminkannya dalam pasal 28 UUD 1945. Tentang kemerdekaan atau kebebasan untuk berkumpul dengan tujuan mengeluarkan pikiran atau pendapat baik secara tulisan ataupun lisan. Adanya hak yang dilegalisir dalam pasal 28 UUD 1945 tersebut ditujukan untuk refleksi bahwa pers memang menjadi sarana yang penting untuk informasi, komunikasi, juga edukasi bagi masyarakat.

Pers yang sebagaimana kita ketahui mendapat julukan the fourt estate atau kekuatan keempat setelah 3 lembaga kekuasaan dalam pemerintahan yaitu eksekutif, legilastif, dan yudikatif di Indonesia. Mampu memberikan dampak besar untuk masyarakat dengan kecakapannya memengaruhi massa karena daya ajakannya yang kuat. Adanya istilah itu karena pada realitanya, pers kadangkali mempunyai dampak yang lebih besar. Graber berpendapat faktor lain yang membuat pers begitu berpengaruh adalah karena sebuah media mampu menghantarkan banyak macam-macam perilaku. Sampai di beberapa negara barat, pers dalam sejarahnya sempat menempati tempat yang paling tinggi dan berkuasa, lebih tinggi dari tiga lembaga pemerintahan tersebut.

Masyarakat memang telah dimudahkan dengan kemodernan dan kecanggihan teknologi yang memungkinkan akses berita dari mana pun dan kapan pun. Zaman seperti ini disebut dengan "era informasi," di mana informasi dapat diperoleh secara instan melalui berbagai perangkat teknologi. Hadirnya berbagai macam media komunikasi dan informasi, baik dalam bentuk cetak maupun digital, menjadi sajian utama yang menyertai kehidupan sehari-hari.

Di era informasi ini, pertumbuhan dan perkembangan media massa sangat signifikan, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Media massa tradisional seperti surat kabar, radio, dan televisi terus beradaptasi dengan perubahan zaman, sementara media online dan media sosial muncul sebagai sumber informasi yang dominan. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan berbagai situs berita online menjadi pilihan utama masyarakat dalam mencari informasi terkini. Kecepatan penyampaian berita dan kemudahan akses inilah yang menjadi ciri khas era informasi.

Inilah bukti keberhasilan teknologi dengan memanfaatkan jaringan internet sebagai media informasi. Media online yang lebih mudah diakses, cepat, serta hanya memanfaatkan jaringan internet semakin membuat masyarakat nyaman dan bergantung pada media online untuk mencari informasi. Dalam sejarahnya, media telah mengalami 3 masa perubahan, pertama media cetak (printed media), kedua ada media elektronik (electronic media). Dan saat ini kita sedang menikmati masa media online sebagai generasi ketiga.

Masalah yang muncul dari situasi semacam ini adalah menyangkut kualitas dan kredibilitas isi dari informasi yang diterima masyarakat itu sendiri. Di tengah banjir informasi yang disediakan oleh berbagai media, masyarakat sering kali kesulitan dalam menentukan mana informasi yang benar (Real News), mana yang palsu (Fake News), dan mana yang keliru (False News). Kurangnya kecakapan dalam membedakan ketiga jenis informasi ini dapat menimbulkan berbagai konsekuensi negatif.

Salah satu platform yang paling sering menjadi sumber masalah adalah media sosial. Dengan sifatnya yang cepat dan luas dalam menyebarkan informasi, media sosial sering kali menjadi pemicu beragam masalah seperti maraknya penyebaran hoaks, ujaran kebencian, hasutan, caci maki, adu domba, dan lain-lain. Informasi yang belum terverifikasi dapat dengan mudah tersebar dan menimbulkan kepanikan atau konflik di tengah masyarakat. Berita palsu atau hoaks sering kali dirancang untuk memancing emosi, sehingga lebih mudah viral dan tersebar luas tanpa pengecekan lebih lanjut.

Kegiatan jurnalisme memiliki peran penting dalam sendi kegiatan masyarakat karena informasi sudah menjadi sumber pemberitaan tentang perkembangan atau sedang apa yang terjadi disekitar kita. Salah satu syarat berita adalah harus objektif (akurat, *failiness*, lengkap serta netral dan berimbang).

Dari 419 media dalam jaringan (*daring*) di Indonesia, salah satunya Pikiran Rakyat adalah anggota dari Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI). Pikiran

Rakyat sudah dinyatakan lolos verifikasi administrasi dan faktual oleh dewan pers.

Berbagai gerakan anti *Hoaks* turut eksis sebagai bentuk nyata melawan berkembangnya informasi bohong di masyarakat, dan perang terhadap *Hoaks* yang belakangan muncul adalah aktivitas verifikasi informasi. Fenomena ini telah diprediksi oleh UNESCO sebagai respons atas hadirnya *post truth*. Prediksi ini terbukti dengan munculnya beragam organisasi pemeriksa fakta yang terbentuk. Organisasi fakta inilah yang kemudian menjadi manifestasi *fact-checking journalism* (Graves, L & Cherubini, 2016).

Berkaca pada laporan mengenai kepercayaan publik terhadap media pers arus utama tahun 2019, ditemukan bahwa masyarakat mempercayakan media siber (*online*) sebagai tujuan *crosscheck* informasi yang mereka dapatkan, persentasenya sebesar 41,70% dari 1020 responden di seluruh Indonesia (Dewan Pers, 2019, hal. 25).

Oleh karenanya, tantangan terbesar yang harus dihadapi jurnalis masa kini adalah bagaimana ia membersihkan kembali fakta dari tabir teknologi manipulatif. Dengan demikian, tentu saja jurnalis mendapat beban yang lebih berat. Harapan satu-satunya bagi jurnalis online adalah kembali menajamkan apa yang menjadi senjatanya, yaitu verifikasi. Dan tentu hal tersebut juga menjadi modal penting menghidupkan kembali semangat investigatif guna membongkar serangan gencar aneka informasi palsu (Patria, 2017).

Jurnalis pemeriksa fakta ini esensinya adalah verifikasi, elemen ketiga yang disebutkan Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam bukunya sembilan elemen jurnalis (2001). Disiplin verifikasi inilah yang membedakan jurnalis dengan hiburan, propaganda, fiksi atau seni (Harsono, 2010). Pandangan ini dapat diartikan bahwa verifikasi adalah poin utama dalam *fact checking journalism*. Begitupun pada praktiknya jurnalis pengecek fakta biasanya tidak menyingkap fakta baru, melainkan terbatas hanya sekedar memverifikasi informasi yang beredar.

Fact checking merupakan kegiatan yang melakukan pencarian informasi yang sesuai dengan faktanya hal ini sangat penting dilakukan karena dengan melakukan cek fakta masyarakat bisa mengetahui kebenaran dari informasi yang tersebar di media sosial sehingga bisa mengurangi keresahan masyarakat dan terhindar dari perpecahan. Kegiatan cek fakta ini bisa dilakukan dengan mengumpulkan data sebanyak banyaknya yang terkait dengan informasi itu dan mengumpulkan sumber berita dari media yang sudah terverifikasi sebagai cek fakta yang kredibel. Menurut (Brandtzaeg et.al., 2015) dalam jurnalnya . *Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media* mengatakan dalam kegiatan memeriksa fakta ada dua kegiatan yang dilakukan oleh organisasi fact checking, pertama melakukan pengumpulan data sebanyak banyaknya dan mengumpulkan sumber berita dari beberapa sumber yang telah diverifikasi.

Di Indonesia, ada dua jenis organisasi pengecek fakta, yang pertama adalah organisasi asosiasi yang berasal dari media atau nonmedia, yang kedua adalah organisasi media yang melakukan pengecekan fakta melalui kanal khusus, dan yang pertama adalah situs media online Tirto.id.

Liputan 6 dan Tempo juga menerima pengakuan dari Internasional Network for Fact Checking (IFCN). Selain itu, kategori yang tidak terkait dengan media Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo), misalnya (Nurlatifah & Irwansyah, 2019) Selain media nasional, media lokal juga melakukan cek. fakta, tetapi notabene mereka bergerak secara mandiri ketika dilaksanakan. karena itu peneliti juga harus melihat bagaimana strategi pengecekan fakta yang disampaikan oleh media lokal yang tidak memiliki sertifikasi IFCN maupun berpartisipasi dalam proyek Cek Fakta Indonesia, salah satunya Pikiranrakyat.com adalah situs media.

Maka, berangkat dari besarnya kepercayaan warga terhadap media massa sebagai tujuan crosscheck informasi yang belum jelas kredibilitasnya, dan tanggung jawab para insan pers yang salah satu fungsi utamanya adalah memverifikasi informasi, peneliti merasa perlu mengetahui alur pelaksanaan fact-checking journalism yang dilakukan oleh media online lokal Pikiranrakyat.com. Penelitian ini menggunakan konsep dari UNESCO (2018), mulai dari

mengidentifikasi kategori klaim informasi yang akan dilakukan pengecekan fakta, sampai pada penyajian dalam bentuk berita utuh di portal beritanya. Selain itu, penelitian ini juga ingin memahami alasan Pikiranrakyat.com melakukan pengecekan fakta pada medianya.

Peneliti memilih topik ini karena penelitian ini menawarkan perspektif baru yang belum banyak diangkat oleh penelitian sebelumnya. Sebagian besar penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Nurlatifah (2021) dan Faraumina (2021), lebih berfokus pada media nasional yang merupakan anggota dari International Fact-Checking Network (IFCN) dan telah bergabung dalam kolaborasi cek fakta di Indonesia. Sementara itu, objek penelitian saya adalah media lokal, khususnya Pikiranrakyat.com, yang belum tersertifikasi IFCN maupun menjadi anggota kolaborasi cek fakta, tetapi tetap melakukan aktivitas cek fakta.

Penelitian ini berupaya untuk mengisi kekosongan studi tentang penerapan fact-checking pada media online yang relatif baru dan kecil dibandingkan dengan media-media nasional yang sudah mapan. Dengan menggunakan metode studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat menemukan berbagai tantangan dan strategi yang dihadapi oleh media lokal dalam melakukan pengecekan fakta. Tantangan ini termasuk kendala sumber daya, akses terhadap informasi, dan bagaimana mereka membangun kepercayaan di kalangan pembaca.

Selain itu, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana media lokal seperti Pikiranrakyat.com beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumsi informasi oleh masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran tentang praktik fact-checking di media lokal tetapi juga memberikan rekomendasi bagi media sejenis untuk meningkatkan kualitas jurnalistik mereka.

Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul "Konten Cek Fakta Pada Media Online (Studi Terhadap Rubrik Cek Fakta pada Pikiranrakyat.com)" dalam penelitian ini. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi berarti

dalam literatur tentang fact-checking journalism di Indonesia, khususnya dalam konteks media lokal.

1.2. Fokus Penelitian

Survey Masyarakat Telematika (Mastel) Indonesia pada 2019 dengan responden sebanyak 941 orang yang didominasi usia 25-40 tahun menunjukkan bahwa 87,50% dari mereka mendapat sebaran *Hoaks* melalui sosial media, lalu melalui aplikasi *chatting* (67,00%), *website* (28,0%), *email* (2,60%), televisi/radio (8,10%), televisi (8,70%), dan melalui radio (1,20%).

Maka fokus penelitian ini adalah mengenai bagaimana proses Cek Fakta hingga menjadi sebuah tulisan yang digunakan untuk menyangkal kabar *Hoaks*. Selanjutnya agar penelitian ini lebih terarah maka diturunkan dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses Pikiranrakyat.com membangun rubrik Cek Fakta?
2. Bagaimana susunan panduan redaksional rubrik Cek Fakta pada Pikiranrakyat.com?
3. Bagaimana praktik redaksional rubrik Cek Fakta pada Pikiranrakyat.com?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah maka tujuan yang akan dicapai peneliti adalah untuk mengetahui:

1. Mengetahui proses pikiranrakyat.com dalam membangun rubrik Cek Fakta dalam *website* pemberitaannya
2. Mengetahui susunan panduan redaksional rubrik Cek Fakta pada Pikiranrakyat.com
3. Mengetahui praktik redaksional di rubrik Cek Fakta Pikiranrakyat.com

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini berisi kegunaan penelitian secara akademis dan secara praktis.

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi baru terkait praktik pengecekan fakta (Cek Fakta) jurnalisme di media online lokal Indonesia, serta memberikan tambahan wawasan pengetahuan, khususnya di kalangan mahasiswa Jurnalistik. Selain itu, diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya, terutama mengenai alur kerja pengecekan fakta.

2. Kegunaan Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharap dapat menambah wawasan mahasiswa jurnalistik mengenai Jurnalisme kurasi, berkaitan dengan penggalian data dan validasi kebenaran
- b. Hasil dari penelitian ini diharap dapat menambah wawasan peneliti mengenai Jurnalisme Online bagaimana sebuah berita *Hoaks* tersebar
- c. Hasil dari penelitian ini merupakan implementasi penulis dalam mata kuliah yang saling berkesinambungan yaitu Jurnalisme Online dan Jurnalisme kurasi.

1.5. Landasan Konseptual

1.5.1. Hoaks

Istilah *Hoaks* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) didefinisikan sebagai informasi bohong. Istilah *Hoaks* lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia ketimbang *fake news* (berita/informasi palsu) yang diungkapkan pertama kali oleh Donald Trump kala itu. *Fake news* merupakan berita atau informasi yang salah dan sengaja disebarkan untuk menyesatkan publik demi memenuhi kepentingan pribadi pembuatnya. Kepentingan yang dimaksud dapat bersifat komersil, ideologis, politis dan sebagainya. Sedangkan *Hoaks* menurut Pellegrini (2008) dalam Silalahi dan Sevilla (2020) diartikan sebagai satu kebohongan yang dibuat-buat untuk menutupi atau mengalihkan perhatian dari kebenaran, yang digunakan untuk kepentingan pribadi—baik secara intrinsik maupun ekstrinsik. Kesengajaan penyebaran *Hoaks* adalah agar masyarakat merasa tidak aman, tidak nyaman dan kebingungan (Silalahi & Sevilla, 2020).

Hoaks merupakan suatu informasi yang salah memiliki tujuan untuk menggiring opini masyarakat untuk melakukan suatu tujuan yang diinginkan oleh pembuat informasi *Hoaks* tersebut, dan *Hoaks* biasanya memiliki pesan-pesan ujaran hasutan kebencian, fitnah, membocorkan rahasia, pelecehan. *Hoaks* dalam beberapa tahun ke belakang ini membuat kegaduhan di masyarakat yang membuat kerusuhan dan perpecahan. Menurut (Ali Fauzi, 2019) dalam buku *Melawan Hasutan Kebencian*. *Hoaks* bisa diartikan sebagai informasi bohong, atau informasi yang direayasa baik diputarbalikan fakta sehingga pesan yang disampaikan tidak akan pernah didapatkan seseorang.

Hoaks menurut Curtis Mac Dougall (dalam Utami, 2018) adalah ketidakbenaran yang dibuat secara sengaja untuk disamarkan menjadi fakta atau kebenaran (Yani, 2019). Definisi lain mengenai *Hoaks* mengutip dari kamus Oxford (2017) (Juditha, 2018) adalah suatu bentuk penipuan yang bertujuan untuk membuat kelucuan atau membawa bahaya. Sedangkan dalam Bahasa Indonesia *Hoaks* memiliki pengertian berita bohong, informasi palsu, atau kabar dusta (Juditha, 2018).

Lebih lanjut Wardle & Derakhshan (2017) merumuskan tiga terminologi yang merujuk pada information disorder atau penyakit informasi, sebagai respons atas ketidakpuasannya terhadap istilah fake news yang menurut keduanya dapat mendiskreditkan kerja jurnalis. Terminologi tersebut di antaranya (Wardle & Derakhshan, 2017): Misinformasi, yakni informasi bohong yang disebarkan seseorang, tetapi orang tersebut tidak mengetahui bahwa informasi tersebut bohong. Atau dengan kata lain pihak yang menyebarkannya menganggap bahwa informasi bohong yang ia sebar adalah benar; Disinformasi, yakni kondisi di mana informasi bohong sengaja disebarkan atas tujuan tertentu. Berkebalikan dengan misinformasi, dalam disinformasi, pihak yang menyebarkan informasi bohong mengetahui bahwa informasi tersebut bohong, tetapi secara sadar menyebarkan untuk kepentingan tertentu; Malinformasi. Informasi yang terkandung di dalam malinformasi adalah fakta atau benar, tetapi ada oknum yang

justru menjadikannya sebagai senjata untuk mengancam, menyerang, atau menyakiti individu, organisasi, hingga institusi negara.

Di Indonesia, menurut data *We Are Social* pada tahun 2021, didapatkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 Juta orang dengan 170 juta orang di antaranya sebagai pengguna aktif media sosial. Waktu yang dihabiskan dalam menggunakan internet dengan semua *device* adalah 8 jam 52 menit, sedangkan waktu yang dihabiskan untuk media sosial adalah 3 jam 14 menit (We Are Social & Hootsuite, 2021).

Hoaks yang tersebar di masyarakat sangatlah beragam, mencakup berbagai aspek seperti kesehatan, politik, agama, bencana alam, sosial budaya, dan lain sebagainya. Hoaks biasanya memiliki sifat yang memersuasi, menjatuhkan pihak tertentu, mengancam, dan lain sebagainya. Menurut Masyarakat Telematika Indonesia (2019), hoaks terkait isu politik meningkat dari 91,8% menjadi 93,2%. Hoaks terkait isu SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan) menurun dari 88,6% menjadi 76,2%. Hoaks terkait bencana alam meningkat dari 10,3% menjadi 29,3%. Informasi baru yang tergalil dari survei tahun 2019 adalah hoaks yang berisi info pekerjaan, yaitu sebesar 24,4%.

Dari penjelasan data tersebut, dapat dilihat bahwa persebaran hoaks di masyarakat masih terbilang sangat tinggi dan berpotensi memicu terganggunya keamanan dan ketertiban masyarakat. Hoaks terkait politik, misalnya, sering kali digunakan untuk memanipulasi opini publik dan mendiskreditkan lawan politik, yang dapat menimbulkan ketidakstabilan politik dan konflik sosial. Hoaks terkait isu SARA bisa memicu sentimen negatif antar kelompok, meningkatkan potensi diskriminasi, dan kekerasan.

Melihat data di atas maka tidak heran bahwa *Hoaks* dapat dengan mudah disebarluaskan melalui internet terutama media sosial dengan melihat jumlah pengguna dan waktu yang dihabiskan dalam menggunakan media tersebut. Dalam hal ini media arus utama dapat mengambil peran pentingnya sebagai media yang memberikan informasi yang benar, valid, dan kredibel.

Menurut Ali Fauzi (2019) dalam bukunya "Melawan Hasutan Kebencian", istilah "*Hoaks*" dalam bahasa Indonesia merujuk pada berita bohong, informasi palsu, atau kabar dusta. Secara mirip, dalam kamus bahasa Inggris, "hoax" diartikan sebagai olok-olok, cerita bohong, atau informasi yang memperdayakan, yang memiliki tujuan tertentu untuk menggiring opini masyarakat.

Dalam konteks ini, *Hoaks* dapat dipahami sebagai suatu bentuk berita atau informasi yang direkayasa atau diputarbalikkan fakta, sehingga fakta atau pesan yang sebenarnya tidak akan pernah didapatkan oleh seseorang yang menerimanya.

Hoaks sering kali disebarkan dengan tujuan tertentu, seperti untuk mempengaruhi opini publik, menimbulkan kekacauan, atau mencapai tujuan politik atau kepentingan lainnya. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk waspada dan kritis terhadap informasi yang diterima, serta melakukan verifikasi terlebih dahulu sebelum menyebarkan informasi tersebut lebih lanjut.

1.5.2. Jenis-Jenis *Hoaks*

Berikut adalah perpanjangan dan penjelasan lebih lanjut terkait jenis-jenis misinformasi dan disinformasi yang beredar di media sosial masyarakat, berdasarkan Ali Fauzi (2019):

1. Parodi:

Jenis misinformasi ini merupakan sindiran yang ditujukan kepada seseorang atau peristiwa tertentu. Parodi sering kali dikemas dengan konteks humor untuk memperkuat pesannya. Dalam bentuknya yang paling umum, parodi menggunakan elemen-elemen komedi untuk menyampaikan kritik atau komentar sosial terhadap topik tertentu.

Parodi dapat mengambil berbagai bentuk, seperti video, artikel, gambar, atau meme yang diedit untuk mengolok-olok suatu situasi atau individu. Meskipun tujuan utamanya adalah hiburan, parodi juga bisa berfungsi sebagai alat kritik yang efektif, karena mampu menarik perhatian audiens dengan cara yang lebih ringan dan menghibur. Namun, masalah muncul ketika parodi ini diambil secara harfiah oleh beberapa orang, yang

kemudian menyebarkannya sebagai fakta. Ini dapat menyebabkan kebingungan dan salah paham di kalangan masyarakat.

2. Koneksi yang Tidak Benar:

Disinformasi semacam ini terjadi ketika hubungan antara isi berita, judul, gambar, atau keterangan tidak memiliki korelasi yang jelas. Hal ini dapat membingungkan pembaca dan menghasilkan kesimpulan yang keliru. Ketidakcocokan ini sering kali disengaja untuk menarik perhatian atau memanipulasi opini publik, dengan tujuan tertentu seperti mendapatkan klik, menimbulkan kontroversi, atau menyebarkan propaganda.

Salah satu contoh disinformasi adalah ketika sebuah artikel memiliki judul yang sensasional, tetapi isi beritanya tidak mendukung atau bahkan tidak relevan dengan judul tersebut. Ini dikenal sebagai "clickbait." Pembaca yang hanya melihat judul bisa saja mengambil kesimpulan yang salah sebelum membaca isi berita secara lengkap. Begitu pula dengan penggunaan gambar yang tidak sesuai dengan konten berita, yang bisa menyesatkan pembaca tentang konteks sebenarnya dari cerita tersebut.

3. Konten yang Sesat:

Misinformasi ini dibuat dengan tujuan untuk membentuk persepsi tertentu pada suatu peristiwa. Konten semacam ini seringkali tidak berdasar pada fakta objektif dan dapat menyesatkan masyarakat. Tujuan utamanya adalah untuk memanipulasi opini publik sehingga sesuai dengan agenda tertentu, baik itu politik, ekonomi, sosial, atau budaya.

Konten misinformasi yang dirancang untuk membentuk persepsi tertentu sering menggunakan berbagai teknik untuk mencapai tujuannya.

4. Konten yang Tidak Benar:

Meskipun isinya mungkin benar, konten semacam ini disajikan dalam konteks yang sangat berbeda sehingga dapat menyesatkan pembaca. Jenis misinformasi ini dikenal sebagai "konten yang disalahgunakan konteksnya" atau "misleading content." Konten ini mengambil informasi yang faktual, tetapi memanipulasi konteks di mana informasi tersebut

disajikan, sehingga mengubah pemahaman atau persepsi pembaca terhadap fakta yang sebenarnya.

Beberapa contoh bagaimana konten dapat disalahgunakan konteksnya termasuk:

- Mengubah Waktu atau Tempat: Sebuah peristiwa yang benar-benar terjadi di masa lalu atau di lokasi yang berbeda disajikan seolah-olah itu terjadi baru-baru ini atau di tempat yang relevan dengan situasi saat ini. Misalnya, gambar dari bencana alam yang terjadi beberapa tahun lalu digunakan untuk menggambarkan bencana yang diklaim terjadi baru-baru ini.
- Mengubah Kutipan atau Pernyataan: Pernyataan atau kutipan dari seseorang dipotong atau disajikan di luar konteks aslinya, sehingga mengubah maknanya. Misalnya, sebuah kutipan yang diambil dari wawancara panjang dapat dipotong dan digunakan untuk membuat seolah-olah seseorang mendukung atau menentang sesuatu yang sebenarnya tidak mereka maksudkan.
- Mengubah Konteks Visual: Gambar atau video yang diambil dari konteks yang berbeda digunakan untuk mendukung narasi yang tidak terkait. Misalnya, gambar dari kerusuhan di satu negara digunakan untuk menggambarkan kerusuhan di negara lain, menciptakan kesan yang salah tentang situasi politik atau sosial di negara tersebut.

5. Konten Tiruan:

Jenis misinformasi ini mengambil bentuk berita yang seolah-olah dapat dipercaya tetapi pada kenyataannya palsu. Konten semacam ini dikenal sebagai "berita palsu" atau "fake news." Berita palsu seringkali disusun dengan baik untuk memperoleh kepercayaan pembaca, menggunakan teknik jurnalistik yang tampak profesional, seperti penulisan yang rapi, penggunaan sumber yang tampaknya kredibel, dan tata letak yang menyerupai media berita resmi.

Beberapa ciri khas dari berita palsu yang membuatnya tampak dapat dipercaya antara lain:

- Tajuk yang Sensasional: Berita palsu sering kali menggunakan tajuk yang sensasional atau provokatif untuk menarik perhatian pembaca dan mendorong mereka untuk mengklik atau membagikannya.
- Penggunaan Sumber Fiktif: Berita palsu mungkin menyebutkan nama-nama ahli atau institusi yang tidak ada atau tidak terkait dengan topik yang dibahas, untuk memberikan kesan kepercayaan dan otoritas.
- Penyajian Fakta yang Dipelintir: Informasi yang benar sebagian dicampur dengan kebohongan atau disajikan di luar konteks untuk menciptakan narasi yang menyesatkan.

6. Konten yang Dimanipulasi:

Disinformasi jenis ini melibatkan perubahan gambar, video, atau tulisan sehingga memiliki makna yang sangat berbeda dari aslinya. Manipulasi semacam ini dikenal sebagai "deepfake" atau manipulasi media lainnya. Tujuan dari manipulasi ini seringkali untuk mengarahkan opini publik ke arah tertentu atau menciptakan kebingungan dengan memanipulasi informasi visual atau Beberapa bentuk manipulasi media yang umum meliputi:

- Deepfake Video: Video yang dibuat dengan teknologi kecerdasan buatan untuk mengganti wajah atau suara orang lain ke dalam video yang sudah ada, sehingga tampak seolah-olah orang tersebut melakukan atau mengatakan sesuatu yang sebenarnya tidak pernah mereka lakukan.
- Manipulasi Foto: Pengeditan foto untuk menambahkan atau menghapus elemen tertentu yang dapat mengubah konteks atau makna dari gambar tersebut. Contohnya termasuk foto yang diedit untuk menunjukkan kejadian yang sebenarnya tidak pernah terjadi, atau untuk menyesatkan tentang identitas seseorang.

- Manipulasi Audio: Mengedit rekaman suara untuk mengubah kata-kata atau intonasi pembicara, sehingga dapat menciptakan pernyataan palsu atau memanipulasi pesan yang disampaikan.

7. Konten Palsu:

Jenis misinformasi ini disebut sebagai "disinformasi strategis" atau "propaganda." Disinformasi strategis dibuat dengan sengaja dan sepenuhnya disalahgunakan untuk mencapai tujuan atau kepentingan tertentu, seringkali demi keuntungan kelompok atau individu tertentu. Tujuan dari disinformasi strategis bisa beragam, mulai dari mempengaruhi opini publik, memenangkan dukungan politik, menciptakan kekacauan atau ketegangan sosial, hingga menguntungkan secara ekonomi.

Ciri-ciri *Hoaks* (Menurut Subiakto, 2017):

1. Mengancam Suatu Kelompok:

Hoaks sering kali digunakan sebagai alat untuk menyerang atau mengancam suatu kelompok tertentu, baik itu kelompok sosial, politik, atau etnis. Penggunaan hoaks dengan tujuan menyerang kelompok tertentu dapat menciptakan ketegangan, konflik, dan perpecahan di masyarakat.

2. Judul Clickbait:

Ciri ini mengacu pada apa yang sering disebut sebagai "clickbait." Clickbait adalah judul atau tajuk yang dirancang secara menarik untuk menarik perhatian pembaca dan mendorong mereka untuk mengklik atau membuka konten tersebut. Namun, seringkali clickbait tidak sesuai dengan isi konten yang sebenarnya atau bahkan menyesatkan.

Clickbait sering digunakan oleh situs berita online, platform media sosial, atau bahkan video di platform seperti YouTube untuk meningkatkan jumlah klik atau tayangan. Meskipun tujuan awalnya adalah untuk meningkatkan lalu lintas atau pengunjung, clickbait dapat menciptakan frustrasi di antara pembaca yang merasa

tertipu atau kecewa dengan isi konten yang tidak sesuai dengan ekspektasi yang dibuat oleh judul.

3. Narasi Redaksi Tidak Sempurna:

Hoaks sering kali memiliki ciri-ciri narasi atau penulisan yang kurang sempurna, termasuk tata bahasa yang buruk atau logika yang cacat. Beberapa ciri khas dari hoaks yang menunjukkan ketidaksempurnaan ini meliputi:

- Kesalahan Tata Bahasa: Artikel atau pesan hoaks sering kali mengandung kesalahan tata bahasa yang mencolok, seperti penggunaan kata-kata yang tidak tepat, ejaan yang salah, atau struktur kalimat yang kacau.
- Logika yang Cacat: Narasi dalam hoaks sering kali tidak konsisten secara logis atau tidak masuk akal. Informasi yang disajikan mungkin bertentangan dengan fakta yang sudah diketahui atau tidak memiliki dasar logis yang kuat.
- Kekeliruan Fakta: Hoaks sering kali mengandung informasi yang salah atau tidak dapat diverifikasi, yang dapat dengan mudah dikenali oleh pembaca yang berpengetahuan.
- Tidak Ada Sumber atau Bukti: Hoaks cenderung tidak menyediakan sumber atau bukti yang jelas untuk mendukung klaim yang mereka buat. Informasi yang diberikan seringkali bersifat spekulatif atau berdasarkan rumor semata.
- Sensasionalisme yang Berlebihan: Hoaks sering menggunakan kata-kata atau klaim yang sangat sensasional untuk menarik perhatian pembaca, tanpa menyediakan bukti yang memadai.

4. Sumber Tidak Jelas:

Informasi yang tidak memiliki sumber yang jelas atau dipertanyakan keasliannya dapat menandakan adanya *Hoaks*.

5. Gambar Tidak Jelas / Aneh:

Penggunaan gambar yang tidak jelas atau aneh sering kali menjadi indikator *Hoaks*, karena dapat mengaburkan fakta atau menyesatkan pembaca.

1.5.3. Media Online

Salah satu media arus utama yang dapat mengambil bagian memberantas *Hoaks* adalah media online atau bisa disebut juga dengan media siber. Dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS), media siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers (Romli, 2020).

Media online kini pun berkembang sangat cepat dengan perkembangan dunia maya dan jaringan internet tersebut. Dunia maya dan jaringan internet, dua hal ini menjadi alat penolong bagi khalayak umum untuk dengan mudah dapat terlibat dalam kegiatan jurnalisme. Hal ini disebut jurnalisme online atau cyber journalism, karena kebebasannya pula aktivitas jurnalisme online nyaris tidak bisa dicegah dan semakin susah dijabarkan karena melibatkan berbagai elemen. Media online juga berbeda dari segi penyajian informasinya yang tidak terbatas oleh ruang atau halaman, seperti contohnya surat kabar. Pun tidak seperti radio dan televisi yang terbatas oleh durasi/waktu. Keunggulan yang lain dari media online, seperti yang kita ketahui dengan kecanggihannya dalam memuat berbagai elemen mulai dari teks, video, audio, dan foto.

Media online memiliki karakteristik antara lain multimedia, aktualitas, cepat, *update*, kapasitas luas, fleksibilitas, luas, interaktif, terdokumentasi, *hyperlinked* (Romli, 2020). Dengan karakteristik yang dimiliki oleh media online tentu dapat digunakan untuk mencegah dan memberantas *Hoaks*. Ketika terdapat berita atau informasi *Hoaks* maka media online dapat menjadi media yang dengan cepat dalam mengkonfirmasi apakah berita atau informasi tersebut sesuai dengan fakta atau tidak, yang kemudian dapat disebarluaskan kepada khalayak luas.

Saat ini terdapat beberapa media online di Indonesia yang memiliki kanal yang khusus untuk mengecek kebenaran suatu informasi ataupun berita yang banyak beredar di masyarakat. Hal ini dilakukan sebagai upaya media arus utama dalam memberikan informasi yang benar di tengah maraknya *Hoaks* yang bisa menimbulkan dampak negatif.

Salah satu media online tersebut adalah Medcom.id yang berjejaring dengan aliansi pemeriksa fakta CekFakta.com. Kanal ini dibuat untuk mengatasi *Hoaks*, disinformasi dan ujaran kebencian melalui pelintiran informasi yang banyak ditemukan di media sosial.

1.5.4. Pengecekan Fakta

Praktik “pengecekan fakta” dapat merujuk pada dua hal berbeda dalam jurnalisme. Hakikatnya pengecekan fakta memang merupakan bagian tak terpisahkan dari jurnalisme. Dalam ruang redaksi, pengecekan fakta berarti mengolah data dengan mengoreksi dan memverifikasi klaim faktual dari hasil pencarian wartawan yang turun ke lapangan. Genre pengecekan fakta ini mengevaluasi soliditas pelaporan, memeriksa ulang fakta dan angka, dan berfungsi sebagai kontrol kualitas berita sebelum dipublikasikan (UNESCO, 2018).

Namun, jenis pengecekan fakta yang mulai berkembang belakangan ini bukan lagi memverifikasi informasi sebelum itu dipublikasikan, melainkan dilakukan setelah klaim menjadi relevansi publik (UNESCO, 2018).

Pengecekan fakta versi terbaru menurut publikasi UNESCO (2018) berjudul *Journalism, ‘Fake News’, and Disinformation* lebih sering berkonsentrasi pada pengecekan fakta klaim publik seperti menyanggah *Hoaks* viral dan semacamnya (*debunking*). Jenis pengecekan fakta gelombang kedua inilah yang akan diangkat dalam penelitian ini, yakni dalam ranah *debunking*, yang mengecek fakta dari informasi *Hoaks* viral di internet. Adapun secara umum, tahapan pengecekan fakta yang ditawarkan UNESCO (2018) meliputi tiga tahap, yakni:

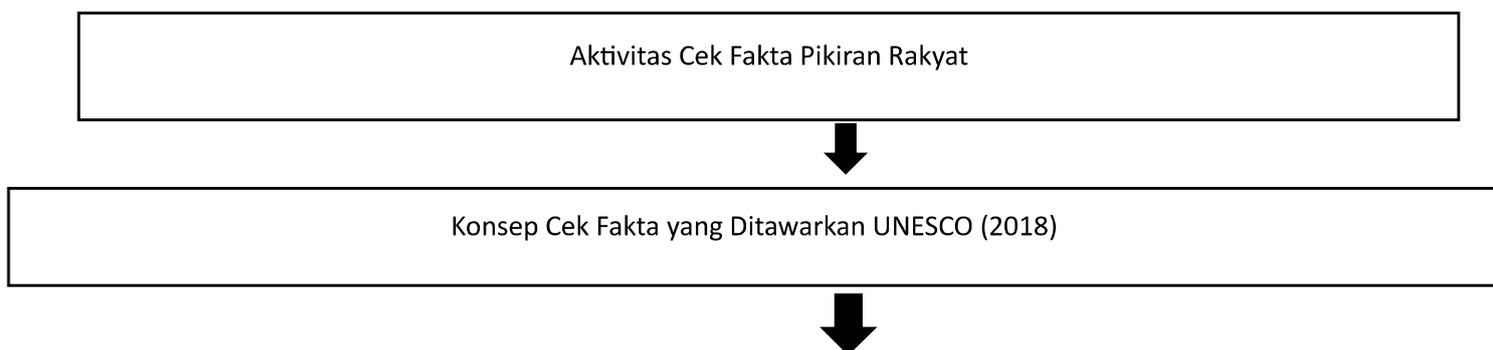
1. Menemukan klaim yang bisa diperiksa faktanya melalui penelusuran misinformasi atau disinformasi—baik yang berasal dari situs pemerintah, pemberitaan di media arus utama, maupun di media sosial.
2. Mencari bukti yang kuat dan terbaik terkait klaim yang diperiksa faktanya.
3. Terakhir yaitu mengoreksi klaim berdasarkan bukti-bukti yang telah diolah. Publikasinya dapat berupa tulisan berita, audio, atau video.

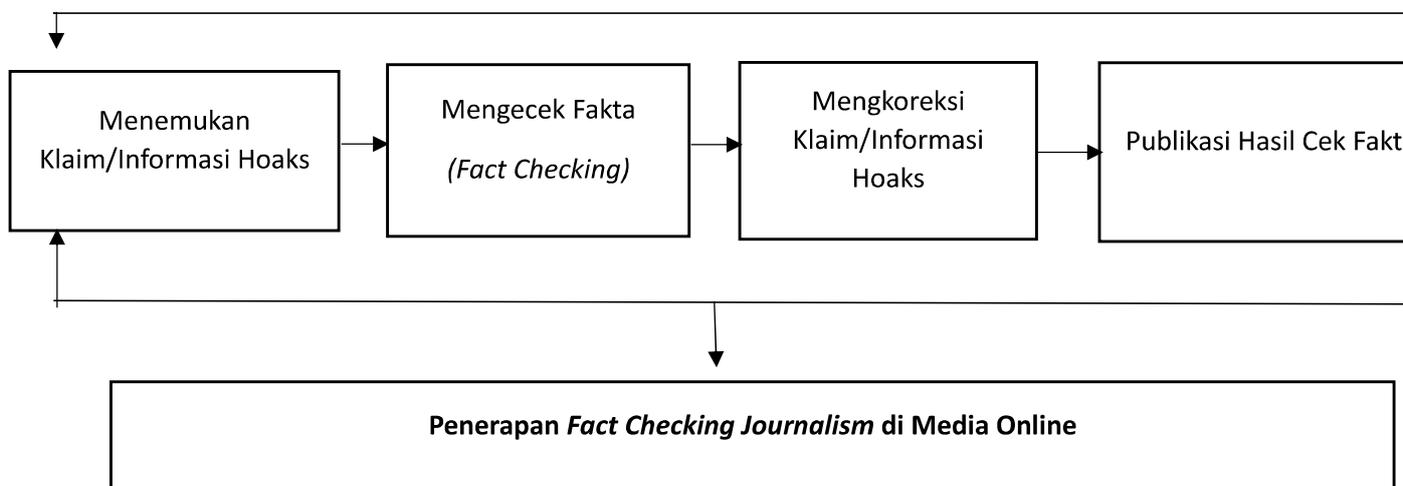
Fact checking merupakan kegiatan yang melakukan pencarian informasi yang sesuai dengan faktanya hal ini sangat penting dilakukan karena dengan melakukan cek fakta masyarakat bisa mengetahui kebenaran dari informasi yang tersebar di media sosial sehingga bisa mengurangi keresahan masyarakat dan terhindar dari perpecahan. Kegiatan cek fakta ini bisa dilakukan dengan mengumpulkan data sebanyak banyaknya yang terkait dengan informasi itu dan mengumpulkan sumber berita dari media yang sudah ter verifikasi sebagai cek fakta yang kredibel. Menurut (Brandtzaeg et.al., 2015) dalam jurnalnya. *Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media* mengatakan dalam kegiatan memeriksa fakta ada dua kegiatan yang dilakukan oleh organisasi fact checking, pertama melakukan pengumpulan data sebanyak banyaknya dan mengumpulkan sumber berita dari beberapa sumber yang telah diverifikasi.

Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan konsep Cek Fakta dengan tiga tahap pemeriksaan fakta dari UNESCO untuk mengetahui bagaimana klarifikasi yang dilakukan kanal Cek Fakta di Pikiran Rakyat.

1.6. Kerangka Pemikiran

Secara umum, peneliti mengacu pada alur pengecekan fakta yang ditawarkan oleh UNESCO (2018) yakni berupa menemukan klaim yang tersebar di masyarakat,





1.7. Langkah-langkah Penelitian

1.7.1. Objek Penelitian

Lokasi penelitian akan dilakukan di kantor media Pikiran Rakyat yang terletak di Jl. Asia Afrika No75, Kota Bandung. Namun, perihal tempat dan waktu wawancara tetap akan disesuaikan dengan fleksibilitas informan penelitian.

1.7.2. Paradigma dan Pendekatan

Jika masalah penelitian masih terlihat belum jelas, maka kondisi semacam ini cocok diteliti dengan pendekatan kualitatif, dikarenakan peneliti akan langsung terjun dan masuk ke objek yang ingin diteliti, serta melakukan penjelajahan dengan *grand tour design*. Hasilnya akan ditemukan pemaparan yang lebih jelas dari pada sebelumnya (Harahap, 2020). Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan paradigma konstruktivisme.

Penelitian kualitatif disebut juga sebagai penelitian alami (*natural condition*), yakni penelitian yang dilakukan pada kondisi objek yang alami. Maksudnya ialah objek tersebut tidak dibuat-buat atau dimanipulasi oleh peneliti, melainkan berkembang apa adanya (Sugiyono, 2015). Peneliti tidak menarik generalisasi, tetapi menganalisis secara mendalam objek penelitiannya.

Penelitian kualitatif bersifat deskriptif karena analisis data yang dilakukan tidak untuk menerima atau menolak hipotesis (jika ada) melainkan berupa deskripsi atas gejala-gejala yang diamati. Prosedur penelitian dengan pendekatan kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa penuturan lisan atau dalam bentuk kata-kata dari orang-orang dan perilaku yang bisa diamati.

1.7.3. Metode Penelitian

Robert K. Yin (1996) mengemukakan bahwa studi kasus adalah metode penelitian yang tepat untuk menjawab pertanyaan "bagaimana" dan "mengapa". Metode ini memberikan rambu-rambu penting untuk mengembangkan strategi yang sesuai dalam penelitian. Dalam konteks penelitian, pertanyaan penelitian yang mengarah pada pemahaman mendalam tentang proses, konteks, atau fenomena tertentu sering kali lebih cocok untuk dijawab melalui pendekatan studi kasus.

Studi kasus adalah pendekatan penelitian yang mendalam terhadap kasus tunggal atau beberapa kasus yang terkait, dengan tujuan untuk memahami fenomena yang kompleks dalam konteks alamiahnya. Metode ini sering digunakan dalam ilmu sosial, bisnis, pendidikan, dan bidang lainnya di mana peneliti tertarik pada pemahaman mendalam tentang bagaimana dan mengapa suatu fenomena terjadi.

Studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit atau tidak sama sekali peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan jika fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 1996, hal. 1).

Fact checking journalism juga merupakan fenomena yang terjadi di masa kini (kontemporer) seperti yang disebut Yin (1996). Lalu, ia juga mengatakan, pengumpulan bukti untuk penelitian dengan studi kasus bisa didapat dari berbagai macam, karena kekuatan unik dari studi kasus adalah kemampuannya untuk

berhubungan sepenuhnya dengan berbagai jenis bukti, di antaranya hasil wawancara, observasi, dan dokumen (Yin, 1996).

Sehingga metode studi kasus bisa memberikan pemaparan yang jelas dan komprehensif terkait bagaimana penerapan fact checking journalism di media PikiranRakyat.com. Di samping itu, objek penelitian yang mengambil media lokal menjadi keunikan penelitian ini karena memiliki perbedaan dengan penelitian mengenai *fact checking journalism* yang telah diteliti peneliti sebelumnya yang notabene mengangkat media nasional.

1.7.4. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- A) Data terkait parameter penentuan klaim informasi-informasi *Hoaks* dalam bentuk video, teks, gambar, maupun variasinya untuk dilakukan pengecekan fakta oleh pengecek fakta di media PikiranRakyat.com.
- B) Data terkait uraian alur pengecekan fakta di media PikiranRakyat.com dalam menelusuri konten yang mengandung informasi *Hoaks* hingga sampai pada koreksi kebenaran klaim informasi setelah melalui pengecekan fakta.
- C) Data terkait penyajian berita hasil pengecekan fakta pada portal berita media online PikiranRakyat.com.

2. Sumber Data

- A) Sumber Primer: Sumber data primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Data ini nantinya akan diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara kepada informan yang terlibat langsung dalam proses pengecekan fakta di PikiranRakyat.com. Secara mengerucut, informan yang menjadi sumber data primer adalah pekerja media PikiranRakyat.com yang terlibat langsung dalam proses pengecekan fakta, dan yang memublikasikan hasil pengecekan faktanya.

B) Sumber Sekunder: Data yang sudah dikumpulkan dan dilaporkan oleh selain peneliti. Dengan kata lain, data sekunder didapatkan dari sumber kedua, selain dari objek yang diteliti. Berbagai penelitian sebelumnya bisa menjadi acuan bagi peneliti untuk menyokong data primer, selain itu akses internet juga semakin memudahkan peneliti untuk melakukan penelusuran literatur seperti karya ilmiah, atau tulisan lainnya yang bisa dijadikan sumber atau rujukan penelitian terkait *fact checking journalism*.

1.7.5. Informan

Pada penelitian kualitatif ini, sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, misalnya mengambil sampel orang yang dianggap paling tahu tentang penelitian yang diangkat.

Penentuan sampel dalam penelitian kualitatif tidak didasarkan pada perhitungan statistik layaknya kuantitatif. Sampel yang diambil berfungsi guna mendapat informasi yang maksimum, bukan untuk digeneralisasikan (Sugiyono, 2015).

Maka, informan utama dalam penelitian ini adalah para pekerja media PikiranRakyat.com yang terlibat langsung dalam proses pengecekan fakta, dan yang memublikasikan hasil pengecekan fakta.

Pemilihan informan ini dilandaskan karena keterlibatan mereka secara langsung dalam mekanisme pengecekan fakta. Peneliti tidak memberikan batasan informan dari para pihak yang terlibat langsung dalam pengecekan fakta, melainkan menyesuaikan dengan kelengkapan informasi yang dikumpulkan.

1.7.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut.

1) Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) atau yang mengajukan pertanyaan, dan terwawancara (*interviewee*), atau yang memberikan jawaban untuk tujuan tertentu (Moleong,

2017). Pada penelitian ini, wawancara dilakukan untuk mendapatkan data terkait alur pengecekan fakta di media PikiranRakyat.com. Narasumber merupakan pihak yang bertugas melakukan pengecekan fakta.

Jenis wawancara yang akan digunakan peneliti adalah wawancara terstruktur, di mana peneliti akan menyiapkan terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan.

2) Observasi

Observasi yang dilakukan adalah dengan melihat secara langsung produk berita hasil cek fakta yang terdapat dalam portal berita.

PikiranRakyat.com sebagai data pendukung yang selanjutnya dapat melengkapi analisis dari hasil wawancara dengan para informan.

3) Pengumpulan data dengan studi dokumen

Studi dokumen adalah pelengkap dari penggunaan metode wawancara dan observasi pada penelitian kualitatif (Sugiyono, 2015)

1.7.7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik menentukan keabsahan data pada penelitian ini akan dilakukan dengan teknik triangulasi. Teknik ini menggabungkan data dan sumber data yang telah peneliti peroleh. Pemilihan teknik triangulasi dirasa cocok untuk menguji keabsahan data, karena secara tidak langsung saat melakukan pengumpulan data, peneliti juga sekaligus menguji kredibilitas data hasil wawancara dengan hasil observasi maupun studi dokumen (Sugiyono, 2015).

Sumber data dari hasil wawancara akan disesuaikan dengan data hasil observasi yang dilakukan peneliti. Mathinson (1988) dalam Sugiyono (2015) mengungkapkan jika nilai dari teknik pengumpulan data dengan triangulasi bertujuan untuk mengetahui data yang diperoleh itu *convergent* atau meluas, konsisten atau tidak kontradiksi.

Peneliti akan menggunakan teknik triangulasi yang dikemukakan oleh Patton (1987) dalam Sitoyo (2015) yakni dengan menggunakan triangulasi sumber, di mana data akan diuji keabsahannya dengan membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan langsung (observasi), dan studi dokumen.

Teknik ini dimaksudkan untuk mendapat hasil kesimpulan yang optimal karena ditinjau dari beberapa sumber data yang berbeda.

