

Penelusuran Berita Hoaks Pada Kanal Cek Fakta Di Media Online Medcom.id

Meisyanti¹ Woro Harkandi Kencana² Herlin Setio Nugroho³

^{1,2}Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Jalan Diponegoro No. 74, Jakarta Pusat

E-mail :, meisyanti.classroom@gmail.com¹ woro.harkandi@gmail.com² herlinnugroho@yahoo.com³

ABSTRAK

Dengan majunya teknologi membuat penyebaran informasi di masyarakat menjadi mudah didapatkan. Pemberitaan tidak hanya didapat dari media massa namun juga media online dan media sosial. Pada saat ini berita yang tersebar bukan hanya berita yang terverifikasi dan dapat dipercaya tetapi termasuk di dalamnya adalah berita hoaks. Munculnya hoaks yang dapat memberikan akibat negatif jika dibiarkan beredar dan tidak dilakukan upaya pencegahan. Sebagai salah satu upaya mengatasi hoaks, Medcom.id menghadirkan kanal Cek Fakta yang khusus untuk mengecek kebenaran suatu informasi ataupun berita yang banyak beredar di masyarakat. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh cek fakta Medcom.id dalam melakukan penelusuran berita hoaks yang beredar di masyarakat ditinjau dari analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi non-partisipan, studi pustaka. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa model Miles dan Huberman. Kanal Cek Fakta Medcom.id dalam melakukan penelusuran berita hoaks dilakukan secara mendalam dan detail dengan menggunakan alat pendeteksi klaim, selain itu menerapkan juga alur kerja terukur yang sesuai dengan standar pemeriksaan fakta. *Strength* dan *opportunities* yang dimiliki oleh kanal Cek Fakta Medcom.id diharapkan dapat mengurangi *weakness* dan *threats* yang ada pada kanal Cek Fakta tersebut sehingga kanal Cek Fakta Medcom.id dapat menjadi sumber terpercaya bagi masyarakat dan bisa menjadi penangkal berita-berita hoaks.

Kata Kunci : Hoaks, Medcom.id, Kanal Cek Fakta, Analisis SWOT

ABSTRACT

Information transmission in the society has grown easier to access because to technological advancements. Reporting comes from a variety of sources, including print, broadcast, and online and social media outlets. At this time, news is being disseminated that is not just confirmed and trustworthy but also contains hoaxes. If hoaxes are allowed to proliferate uncontrolled and no precautions are taken to prevent them, they can have serious implications. Medcom.id has created a Cek Fakta channel to check the reality of information or news that has been widely distributed in the community as part of its attempt to combat hoaxes. The goal of this study is to determine the SWOT analysis approach employed by Medcom.id fact checkers when looking for hoax news circulating in the community. This study employs case study research procedures, including in-depth interview data collecting, non-participant observation, and literature review. The Miles and Huberman model analysis technique was employed as the analytical technique. The Fact Checking Channel at Medcom.id uses a claim detection tool to search for hoax news in depth and detail, as well as a measurable workflow that adheres to fact-checking criteria. The Medcom.id Cek Fakta channel's strengths and opportunities are projected to mitigate the Cek Fakta channel's weaknesses and threats, allowing the Medcom.id Cek Fakta channel to become a trusted source for the public and a deterrent to hoax news.

Keywords : Hoax, Medcom.id, Cek Fakta Channel, SWOT Analysis

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi di masyarakat. Pemberitaan saat ini tidak hanya didapatkan dari media massa tapi media sosial dan media online. Penyebaran berita ini pun diiringi dengan penyebaran berita yang tidak dapat dipertanggungjawabkan isi beritanya. Berita yang tersebar ini disebut juga dengan berita bohong atau hoaks. Penelitian yang dilakukan oleh Santoso,dkk, berdasarkan hasil eksperimen terhadap 30 sampel berita hoaks yang tersebar luas di jejaring sosial media pada tahun 2020, rata-rata pendeteksian berita hoaks mencapai akurasi 77%, dimana setiap berita teridentifikasi benar sebagai hoax pada kisaran antara 66% hingga 91%. Akurasi (Santoso et al., 2020). Sedangkan temuan isu hoaks oleh Kominfo periode Agustus 2018-31 maret 2020 sebanyak 5.156. dengan tiga isu tertinggi bidang politik 1.025, pemerintahan 922 dan kesehatan 853 (Kominfo, 2020)

Saat ini terdapat komunitas bermunculan untuk menghadapi berita hoax yang sering kali meresahkan masyarakat. Berdasarkan penelitian Nurlatifah perang melawan hoax di Indonesia diidentifikasi menjadi empat model. Pertama, laporan konten. Gerakan semacam ini dilakukan oleh Kominfo, BNPT, Cyber Crime Unit kepolisian, dan Masyarakat Anti Hoax Indonesia. Kedua, kampanye sosial seperti yang dilakukan oleh Kominfo melalui program Mudamudigital, dan oleh BNPT melalui #CerdasLawanHoax program. Ketiga, pembentukan lembaga. Ini jenis gerakan yang dilakukan oleh Kemenkopolhukam dengan mendirikan Siber Negara dan Badan Kode (Badan Siber dan Sandi Negara/BSSN), kepolisian dengan membentuk Multimedia Biro, dan Dewan Pers dengan memverifikasi media institusi. Keempat, platform aplikasi yang memungkinkan masyarakat untuk secara interaktif mengidentifikasi hoaks atau

informasi palsu. Gerakan semacam ini adalah dilakukan oleh Tim Cimol ITB melalui Hoax Analyzer, Muhammadiyah melalui AppsMu, dan Kominfo melalui Trust+ (Nurlatifah, 2019). Termasuk media massa khususnya portal berita online yang memiliki kanal sendiri dalam memberikan informasi berita hoax. Penelitian ini menganalisis strategi Cekfakta.com salah satu kanal yang dimiliki oleh portal berita Medcom.com yang tergabung dalam Media Group. CekFakta.com diluncurkan pada peringatan Hari Kebebasan Pers Sedunia pada 5 Mei 2018, oleh 22 media online dan Masyarakat Antifitnah Indonesia (Mafindo). Proyek ini juga didukung oleh Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI), Aliansi Jurnalis Independen (AJI), Google News Initiative (GNI), Internews dan Firstdraft (Medcom.id, n.d.-a). Kanal Cek Fakta merupakan ikhtiar Medcom.id untuk turut ambil bagian dalam pemberantasan hoaks, disinformasi, hingga ujaran kebencian melalui pelintiran informasi yang banyak ditemukan di media sosial.

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh cek fakta Medcom.id dalam melakukan penelusuran berita hoaks yang beredar di masyarakat ditinjau dari analisis SWOT.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Hoaks

Dengan adanya kemajuan dan berkembangnya internet saat ini, salah satu yang menjadi dampak negatif dari hal tersebut adalah munculnya hoaks, disinformasi yang banyak melanda masyarakat melalui media sosial. Saat ini masyarakat sudah bisa menjadi pembuat dan penyebar konten sendiri, namun konten tersebut tentu perlu diperhatikan kembali terutama terkait dengan kredibilitas data dan informasi yang disajikan oleh masyarakat. Data dan informasi yang tidak kredibel inilah yang mengakibatkan terjadinya hoaks dan disinformasi. Terdapat masyarakat

yang turut menjadi pembuat dan penyebar hoaks tersebut.

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). Dengan melihat pengertian hoaks di atas maka dapat disimpulkan bahwa hoaks adalah informasi atau berita bohong yang dibuat secara sengaja namun tidak sesuai dengan fakta yang memiliki tujuan membuat kelucuan ataupun menyesatkan orang yang membacanya. Penyebaran hoaks ini sangat berbahaya karena jika tidak dicegah maka masyarakat lainnya akan menjadi salah paham yang bisa menimbulkan akibat negatif lainnya, seperti penyesatan informasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Mastel tahun 2017 (dalam Juditha, 2018) menyatakan dalam penyebaran hoaks banyak dilakukannya melalui situs *web* (34,90%), aplikasi *chatting* seperti *Whatsapp*, *Line*, *Telegram* (62,80%), dan melalui media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Path* (92,40%). Data ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi saluran yang paling banyak digunakan untuk melakukan penyebaran hoaks. Pada tahun 2021, melalui siaran pers yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika telah melakukan penerbitan klarifikasi terhadap informasi yang tidak tepat (*hoax debunking*) sebanyak 1.773 isu hoaks/disinformasi. Disebutkan juga bahwa sepanjang tahun 2021 tersebut Kominfo menangani 723 isu

hoaks/disinformasi terkait Covid-19 (Kominfo.go.id, 2021).

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).

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.

2.2 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 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. Dalam penerapannya Cek Fakta Medcom.id menggunakan alat pendeteksi klaim untuk dapat memeriksa dan mengukur kevalidan suatu kabar atau informasi. Medcom.id menerapkan alur kerja terukur yang sesuai dengan standar pemeriksaan fakta. Dalam melakukan pemeriksaan fakta, Medcom.id mengutamakan pada isu-isu yang mengenai kepentingan publik dan hal yang bersifat mendesak (Medcom.id, n.d.-a).

Medcom.id sebagai *news* video portal tampil dalam wujud multimedia, di mana konten tidak hanya berupa teks dan foto tetapi juga video, audio, grafis, dan videografis. Dengan video-video yang padat isi, tulisan yang mendalam, investigatif, lengkap dengan konteks dan disajikan secara renyah diharapkan khalayak mendapatkan banyak informasi, tercerahkan, terinspirasi, dan juga dapat memahami isu yang kompleks dan memperoleh rujukan untuk memutuskan sesuatu (Medcom.id, n.d.-b).

2.3 Analisis SWOT

Dalam menganalisis kanal cek fakta pada Medcom.id, peneliti

menggunakan analisis SWOT. Analisis ini terdiri dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Hambatan atau Ancaman). Dengan menggunakan analisis SWOT maka dapat dilihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan (Tamara, 2016). Maka dalam analisis SWOT, kekuatan dan peluang dimaksimalkan dan secara bersamaan kelemahan dan ancaman diminimalisasikan, sehingga perusahaan tersebut mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Adapun proses pengambilan strategis berkaitan dengan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan (Muslim & Krisnadi, 2016).

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam kanal Cek Fakta di Medcom.id. Dengan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada Cek Fakta di Medcom.id maka dapat terlihat sejauh mana kanal ini dapat menjadi kanal yang memberikan informasi yang akurat dan faktual terkait dengan informasi, berita, dan isu-isu yang tengah beredar di masyarakat. Sehingga hoaks dapat diberantas dan bisa dicegah penyebarannya.

3. METODOLOGI

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, di mana penelitian ini menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya, penelitian kualitatif lebih menekankan pada kedalaman data (Kriyantono, 2012). Sharan B. dan Merriam (2007) (dalam Sugiyono & Lestari, 2021) menyatakan bahwa seluruh tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mencapai pemahaman yang mendalam bagaimana orang-orang merasakan dalam proses kehidupannya, memberikan makna; dan menguraikan bagaimana orang menginterpretasikan pengalamannya.

Pendekatan penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan dan menguraikan data secara mendalam mengenai penelusuran berita hoaks pada kanal Cek Fakta di Medcom.id.

Untuk jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif. Menurut Kriyantono, jenis deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau objek tertentu, jenis penelitian ini juga menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antarvariabel (Kriyantono, 2012).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian studi kasus. Menurut Creswell (2012) (dalam Sugiyono & Lestari, 2021), dalam metode ini peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas, terhadap satu atau lebih orang. Kasus tersebut terikat oleh waktu dan aktivitas, serta peneliti dalam mengumpulkan data dilakukan secara mendetail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dalam waktu yang berkesinambungan.

Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam dengan Indra Maulana selaku *Head of News Production* Medcom.id. Peneliti juga menggunakan observasi non partisipan untuk pengumpulan data. Selain itu peneliti juga mengumpulkan data melalui studi pustaka dengan mengkaji beberapa literatur seperti buku dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini, artikel-artikel ataupun dokumen lainnya sebagai data pendukung. Dalam penelitian ini teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisa model Miles dan Huberman yang terdiri dari *Data Collection* (Pengumpulan Data), *Data Reduction* (Reduksi Data), *Data Display* (Penyajian Data), dan *Conclusion Drawing/Verification* (Sugiyono & Lestari, 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini media sosial adalah salah satu media penting untuk berbagi pemikiran dan pendapat individu karena aksesnya yang mudah. Di lain hal, media sosial juga memberikan kesempatan kepada beberapa oknum untuk memposting konten palsu yang sengaja dibuat untuk mempengaruhi orang untuk menciptakan kontroversi, bermain dengan emosi publik, dll. Penyebaran informasi yang terkontaminasi seperti rumor, hoaks dan misinformasi yang tidak disengaja. Penyebaran melalui *website* dan media sosial menjadikan situasi darurat yang dapat berdampak sangat berbahaya bagi masyarakat dan individu (Varshney & Vishwakarma, 2020). Hal ini lah yang menjadi perhatian bagi media massa sebagai sumber informasi masyarakat untuk dapat melakukan penelusuran terhadap berita hoaks yang beredar di masyarakat melalui media sosial.

Cek Fakta sebagai salah satu kanal pada portal berita Medcom.id memiliki strategi dalam melakukan penelusuran terhadap berita hoaks. Oleh karena itu peneliti menganalisis strategi Medcom.id dalam melakukan penelusuran berita hoaks dengan menggunakan analisis SWOT.

Strength (Kekuatan) pada kanal ini adalah visi misi tim redaksi sebagai bentuk tanggung jawab moral dalam menghadirkan kebenaran sebuah berita kepada masyarakat. Menurut Indra Maulana selaku *Head of News Production* Medcom.id. Cek fakta merupakan bentuk kepedulian redaksi untuk tidak sekedar menjadi penyampai berita. Selama ini media massa di Indonesia merupakan media penyampaian pesan, penyampaian informasi dan penyampaian berita dengan mematuhi kode etik jurnalistiknya. Media massa memiliki kewajiban dalam meluruskan berita-berita fitnah, bohong, salah, berita dengan framing kebencian dan sebagainya hal ini bukan kewajiban media yang terikat aturan hukum tetapi merupakan sebuah kode etik jurnalistik.

Proses kerja tim cek fakta juga menjadi sebuah kekuatan dengan menerapkan alur kerja terukur sesuai dengan standar

pemeriksaan fakta. Tim redaksi menggunakan beberapa aplikasi untuk memeriksa dan mengukur kebenaran sebuah kabar atau informasi. Cek Fakta Medcom.id berjejaring dengan aliansi pemeriksa fakta CekFakta.com, yakni sebuah proyek kolaborasi antarmedia yang mempunyai misi khusus melawan maraknya penyebaran hoaks.

Weakness (Kelemahan), banyaknya berita hoaks yang beredar di masyarakat baik berita lokal maupun internasional tidak dapat semua diinvestigasi oleh tim Cek Fakta Medcom. Tiap hari tim cek fakta mempublish 3-7 berita per hari. Tidak seperti berita *straight news* yang memerlukan kecepatan berita. Berita yang muncul di kanal Cek Fakta Medcom, memerlukan sebuah penelusuran mendalam untuk mendapatkan kebenaran dari sebuah berita. Jumlah tim Cek Fakta saat ini dikutip dari Medcom.id adalah tiga orang yang tentunya belum terlalu cukup dibandingkan dengan jumlah hoaks setiap harinya yang sangat banyak.

Cek Fakta mengutamakan pemeriksaan fakta pada isu-isu yang menyangkut kepentingan publik, dan hal-hal yang bersifat mendesak. Selain menyediakan hasil pemeriksaan fakta secara reguler, tim juga membuat artikel edukasi seputar dunia pemeriksaan fakta dan rangkuman hasil pemeriksaan fakta di akhir pekan. Tim redaksi bekerja berdasarkan klaim dari setiap informasi terindikasi hoaks yang beredar di masyarakat melalui media sosial, dan aplikasi layanan pesan. selain dari media sosial, Cek Fakta pun menerima laporan klaim dari pembaca yang disampaikan melalui surel: cekfakta@medcom.id.

Opportunities (Peluang) pada tim cek Fakta Medcom, bahwa Cek Fakta baru berjalan di kuartal keempat taun 2019 sampai sekarang sudah mendapatkan apresiasi dari *Google News Initiative*, baik secara apresiasi materi maupun komitmen dan konsisten dalam menangkal berita-

berita yang mengandung unsur kebencian, fitnah, dan bohong. Saat ini tim Cek Fakta sedang melakukan proses verifikasi untuk mendapatkan sebuah label untuk *fact checking* atau cek fakta di asosiasi cek fakta internasional bernama *International Fact Checking Network (IFCN)*. Berdiri sejak 2015, IFCN sudah menjadi bagian penting dalam kerja jurnalistik di seluruh dunia. hadir untuk mempromosikan standar tertinggi dalam pengecekan fakta. Harapannya, para jurnalis bisa menjaga standar dari karya-karya mereka sekaligus memverifikasi apakah informasi yang beredar di masyarakat sudah sesuai fakta atau tidak. Bahkan IFCN masuk sebagai nominasi penerima nobel perdamaian dunia tahun 2021 (Tempo.co, 2021b). Sehingga akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemberitaan yang dihadirkan oleh Cek Fakta pada portal berita Medcom.id

Threats (Hambatan atau Ancaman) pada media massa pengecek fakta seperti Cek Fakta adalah konten hoaks kerap beredar lebih cepat dan luas dibandingkan konten yang telah terverifikasi. Penyematan stempel hoaks yang dilakukan aparat. Label hoaks tidak bisa diberikan secara sembarangan (AMSI.OR.ID, 2021).

Survei status literasi digital dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika pada 2020 menunjukkan Indonesia memiliki nilai indeks literasi digital sebesar 3,47 dari rentang indeks satu sampai empat. Ini adalah penilaian indeks literasi yang mengacu pada kerangka digital sebuah negara dari UNESCO. Direktur Pemberdayaan Informatika, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Bonifasius W. Pudjianto mengatakan, nilai indeks tersebut menunjukkan Indonesia berada dalam kategori literasi digital tingkat sedang dan belum mencapai status literasi yang baik (Tempo.co, 2021). Hal ini menjadi hambatan bagi tim cek fakta jika

literasi digital masyarakat Indonesia juga belum mencapai status yang baik.

Isu etik dan praktik-praktik ancaman serta tindakan *doxing* (mempublikasikan data pribadi dengan tujuan negatif) terhadap para pemeriksa fakta menjadi ancaman serius bagi para jurnalistik pencari fakta.

Dalam artikel pemberitaannya Cek Fakta Medcom.id mempunyai format penulisan untuk menguatkan hasil dari investigasi penelusuran berita hoaks.

1. Latar belakang

- Berisi narasi penyebaran informasi terindikasi hoaks termasuk siapa pertama kali yang menyebar, kapan disebarnya, melalui apa (*platform* media sosial, blog, *website*, pesan berantai melalui aplikasi percakapan, laporan masyarakat, dll).
- Penyebar klaim dicetak tebal (*bold*) jika penyebaran klaim melalui *platform* media sosial.
- Berisi klaim hoaks (Dikutip apa adanya, tidak dianjurkan mengoreksi kalimat klaim) untuk kepentingan autentikasi.
- Klaim ditulis dengan tanda petik ("klaim") dan cetak miring.
- Melampirkan tangkapan layar penyebar hoaks dan membuat arsip link

2. Penelusuran

- Membuktikan kebenaran klaim.
- Diutamakan dari sumber primer (situs resmi). Berasal dari media arus utama, terkhusus dari media-media yang tergabung dalam kolaborasi cekfakta.com
- Pembuktian mandiri

3. Kesimpulan

- Hasil pemeriksaan klaim
- Kategorisasi jenis hoaks yang diperiksa

4. Referensi

- Kumpulan *link counter*

Dari hasil penelusuran berita hoaks tersebut, Cek Fakta memberikan kategori terhadap jenis hoaks yang diperiksa berdasarkan tujuh jenis informasi palsu yang merujuk dari First Draft yaitu (Medcom.id, n.d.-a):

1. *Satire* atau *parodi*

Biasanya konten ini tidak memiliki potensi atau kandungan niat jahat, namun demikian bisa mengecoh.

2. *Misleading Content* (**Konten Menyesatkan**)

Jika terdapat sebuah konten dibentuk dengan nuansa pelintiran untuk menjelekkan seseorang maupun kelompok maka terjadi *Misleading*. Konten seperti ini dibuat secara sengaja dan diharapkan dapat menggiring opini sesuai dengan kehendak pembuat informasi. Contoh pada Cek Fakta :

- “*Beredar Video Garuda Indonesia Jatuh di Landasan Bandara Iran? Ini Faktanya. (11 Januari 2022)*”
- “*Vaksin Covid-19 Mengandung Graphene Oxide Penyebab HIV/AIDS? Ini Faktanya (11 Januari 2022)*”

3. *Imposter Content* (**Konten Tiruan**)

Konten ini terjadi jika suatu informasi mencatat pernyataan dari tokoh terkenal dan berpengaruh. Selain perorangan, konten palsu ini juga bisa berbentuk konten tiruan dengan cara mendompleng ketenaran suatu pihak atau lembaga.

4. *Fabricated Content* (**Konten Palsu**)

Fabricated Content merupakan konten yang tidak bisa dipertanggungjawabkan secara fakta dan konten jenis ini merupakan konten palsu yang paling berbahaya. Contoh pada Cek Fakta :

- “*Awas Surat Pengangkatan Guru Honorer untuk ASN 2022 ini Hoaks*” (11 Januari 2022).
- “*Benarkah Kartu Keluarga Saat ini Seukuran KTP? Cek Dulu Faktanya (11 Januari 2022)*”

5. *False Connection* (**Koneksi yang Salah**)

Untuk mengetahui konten jenis ini bisa dilihat dari ditemukannya judul yang

berbeda dengan isi berita maka termasuk ke dalam *False Connection*. Biasanya konten jenis ini diunggah untuk memperoleh keuntungan berupa profit atau publikasi berlebih dari konten yang sensasional.

6. *False Context* (Konteks Keliru)

False context adalah suatu konten yang disajikan dengan narasi dan konteks yang salah. Biasanya, di dalamnya memuat pernyataan, foto, atau video peristiwa yang pernah terjadi pada suatu tempat. Namun secara konteks yang ditulis tidak sesuai dengan fakta yang ada. Contoh pada Cek Fakta :

- “*Ledakan di Sebuah Masjid Saat Salat Jumat Menewaskan 67 Jemaah? Begini Fakta Sebenarnya*” (11 Januari 2022)
- “*Benarkah Cristiano Ronaldo Berdarah Indonesia Yang Sempat Menolak Membela Timnas? Begini Faktanya*” (8 Januari 2022)

7. *Manipulated Content* (Konten Manipulasi)

Konten manipulasi biasanya memuat hasil editan dari informasi yang pernah diterbitkan media-media besar dan kredibel. Konten jenis ini dibentuk dengan cara mengedit konten yang sudah ada dengan tujuan untuk mengecoh publik. Contoh pada Cek Fakta :

- “*Foto Anies Berada di Dalam Sumur Resapan, Benarkah? Begini Faktanya*” (11 Januari 2022)
- “*Warga DKI Bingung dengan Hasil Kinerja Anies yang Selalu dapat Penghargaan? Ini Faktanya*” (26 Desember 2021)

Kanal Cek Fakta Medcom.id dalam melakukan penelusuran berita hoaks dilakukan secara mendalam dan detail dengan menggunakan alat pendeteksi klaim, selain itu menerapkan juga alur kerja terukur yang sesuai dengan standar pemeriksaan fakta. Agar menguatkan hasil investigasi penelusuran berita hoaks

tersebut, Medcom.id mempunyai format penulisan dan Medcom.id juga memberikan kategori terhadap jenis hoaks yang diperiksa oleh tim cek fakta Medcom.id. Dengan adanya *strength* dan *opportunities* yang dimiliki tentunya dapat mengurangi *weakness* dan *threats* yang ada pada kanal Cek Fakta tersebut dan tentunya diharapkan kanal Cek Fakta Medcom.id dapat menjadi sumber terpercaya bagi masyarakat dan bisa menjadi penangkal berita-berita hoaks.

5. KESIMPULAN

Strategi Medcom.id dalam melakukan penelusuran berita hoaks ditinjau dari analisis SWOT yaitu : *Strength* (Kekuatan) adalah visi misi dari tim redaksi sebagai bentuk tanggung jawab moral dalam menghadirkan kebenaran suatu berita kepada masyarakat dan proses kerja yang dilakukan tim cek fakta. *Weakness* (Kelemahan) adalah semua berita hoaks tidak dapat diinvestigasi oleh tim Cek Fakta Medcom.id. selain itu Medcom.id mengutamakan pemeriksaan fakta pada isu-isu yang menyangkut kepentingan publik, dan pada hal-hal yang bersifat mendesak, dan jumlah tim Cek Fakta yang belum cukup jika dibandingkan jumlah berita hoaks yang beredar.

Sedangkan dianalisis dari sisi *Opportunities* (Peluang) Cek Fakta Medcom.id mendapatkan apresiasi dari *Google News Initiative*, baik secara apresiasi materi maupun komitmen dan konsisten dalam menangkal berita-berita yang mengandung unsur kebencian, fitnah, dan bohong. Selain itu tim Cek Fakta Medcom.id sedang melakukan proses verifikasi untuk mendapatkan sebuah label untuk *fact checking* atau cek fakta di asosiasi cek fakta internasional bernama *International Fact Checking Network* (IFCN). Untuk *Threats* (Hambatan atau Ancaman) di antaranya adalah konten hoaks yang beredar lebih cepat dan luas dibandingkan konten terverifikasi, literasi digital masyarakat Indonesia yang belum

mencapai status baik dan adanya isu etik, praktik ancaman, dan tindakan *doxing* terhadap para pemeriksa fakta.

DAFTAR PUSTAKA

- AMSI.OR.ID. (2021). *Indonesia Fact-checking Summit 2021 Dihadiri Ratusan Peserta*.
- Juditha, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya (Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation). *Jurnal Pekommas*, 3(1), 31–44.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>
- Kominfo.go.id. (2021). *Jaga Ruang Digital, Kominfo ingin Masyarakat Aman dan Bebas dari Konten Negatif*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/39100/siaran-pers-no-485hmkominfo122021-tentang-jaga-ruang-digital-kominfo-ingin-masyarakat-aman-dan-bebas-dari-konten-negatif/0/siaran_pers
- Kominfo, P. (2020). *Detail Data Statistik Hoaks Agustus 2018 - 31 Maret 2020* - .
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (6th ed.). Prenadamedia Group.
- Medcom.id. (n.d.-a). *Metodologi Cek Fakta*.
<https://www.medcom.id/metodologi-cekfakta>
- Medcom.id. (n.d.-b). *Tentang Kami*.
<https://www.medcom.id/tentangkami>
- Muslim, & Krisnadi, I. (2016). Strategi LPS-RTV Dalam Era Siaran Digital Yang Menjadi Salah Satu Penyelenggara Multipleksing Di Wilayah Jabodetabek. *IncomTech, Jurnal Telekomunikasi Dan Komputer*, 7(1).
<https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/Incomtech/article/view/1161>
- Nurlatifah, M. (2019). Indonesia Melawan Hoaks Studi Eksploratif Gerakan-Gerakan Melawan Hoaks di Indonesia. *Jurnal Komunikasi ISKI*, 4(1), 46–54.
<https://doi.org/10.25008/jkiski.v4i1.227>
- Romli, A. S. M. (2020). *Jurnalistik Online (Panduan Mengelola Media Online)* (I. Kurniawan & M. A. Elwa (Eds.); IV). Nuansa Cendekia.
- Santoso, H. A., Rachmawanto, E. H., Rosal, D., Setiadi, I. M., Rachmawanto, H., Nugraha, A., Nugroho, A., & Suko Basuki, R. (2020). *Hoax classification and sentiment analysis of Indonesian news using Naive Bayes optimization*. 18(2), 799–806.
<https://doi.org/10.12928/telkonnika.v18i2.14744>
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. Alfabeta.
- Tamara, A. (2016). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan*, 4(3), 395–406.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/12751>
- Tempo.co. (2021a). *Indeks Literasi Digital Indonesia Sebesar 3,47*.
- Tempo.co. (2021b). *International Fact Checking Network Masuk Nominasi Nobel Perdamaian 2021 - Dunia*.
- Utami, P. (2018). Hoax in Modern Politics: The Meaning of Hoax in Indonesian Politics and Democracy. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 22(2), 85–97.
<https://doi.org/10.22146/jsp.34614>
- Varshney, D., & Vishwakarma, D. K. (2020). Hoax news-inspector: a real-time prediction of fake news using content resemblance over web search results for authenticating the credibility of news articles. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing* 2020 12:9, 12(9), 8961–8974. <https://doi.org/10.1007/S12652-020-02698-1>
- We Are Social & Hootsuite. (2021). *Digital 2021 : Indonesia*.

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

Yani, C. (2019). Pencegahan Hoax Di Media Sosial Guna Memelihara Harmoni Sosial. *Jurnal Kajian Lemhanas RI*, 7(4), 15–21. <http://jurnal.lemhannas.go.id/index.php/jkl/article/view/107>