



**Desain grafik:** Mr. Clinton  
**Desain sampul:** Mr. Clinton  
**Ilustrasi:** UNESCO, First Draft, dan Poynter  
**Tata letak:** UNESCO

**Jurnalisme, “Berita Palsu”, & Disinformasi  
Konteks Indonesia**

**Penerjemah versi Bahasa Indonesia Buku Jurnalisme, “Berita Palsu”, dan Disinformasi:**  
Engelbertus Wendratama (Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada)

**Penyusun Konteks Indonesia (Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik, Universitas Gadjah Mada):**

Kuskridho Ambardi  
Novi Kurnia  
Rahayu  
Zainuddin Muda Z. Monggilo

Jurnalisme, “Berita Palsu”. & Disinformasi dicetak melalui dukungan dari UNESCO Office, Jakarta

# **Jurnalisme, “Berita Palsu”, & Disinformasi**

**KONTEKS INDONESIA**

# DAFTAR ISI

<b>Prakata Konteks Indonesia</b>	<b>5</b>
<hr/>	
<b>Konteks Indonesia Modul 1. Trust: Kasus Reklamasi Teluk Jakarta</b> <i>oleh Kuskridho Ambardi</i>	<b>8</b>
<hr/>	
<b>Konteks Indonesia Modul 2. Disinformasi Tenaga Kerja Cina</b> <i>oleh Kuskridho Ambardi</i>	<b>12</b>
<hr/>	
<b>Konteks Indonesia Modul 3. Perubahan Teknologi, Adaptasi Bisnis, dan Tantangannya</b> <i>oleh Rahayu</i>	<b>17</b>
<hr/>	
<b>Konteks Indonesia Modul 4. Media dan Gerakan Literasi</b> <i>oleh Novi Kurnia</i>	<b>20</b>
<hr/>	
<b>Konteks Indonesia Modul 5. Praktik Pemeriksaan Fakta</b> <i>oleh Zainuddin Muda Z. Monggilo</i>	<b>24</b>
<hr/>	
<b>Konteks Indonesia Modul 6. Konten Media Sosial untuk Konten Jurnalistik: Verifikasi adalah Kunci</b> <i>oleh Zainuddin Muda Z. Monggilo</i>	<b>32</b>
<hr/>	
<b>Konteks Indonesia Modul 7. Intimidasi dan Pelecehan Daring terhadap Jurnalis</b> <i>oleh Novi Kurnia</i>	<b>38</b>
<hr/>	

# PRAKATA KONTEKS INDONESIA

Berita palsu telah menjadi kepedulian global karena daya rusaknya yang luas, baik di tingkat individu maupun masyarakat dan di berbagai sektor kehidupan.

Sebuah studi mutakhir yang dilakukan oleh tim riset Massachusetts Institute of Technology tahun 2018 menunjukkan bahwa jika dibandingkan dengan yang benar, berita palsu terbukti lebih awet umurnya, lebih jauh dan luas jangkauannya, lebih cepat perjalanannya mencapai publik, serta lebih mendalam efeknya terhadap masyarakat luas.<sup>1</sup> Tim yang terdiri para insinyur tersebut melacak jejak digital dan membandingkan karakter digital dan persebaran kedua jenis berita tersebut, yang benar maupun yang palsu dalam studi tersebut.

Sedangkan kerusakan yang diakibatkan oleh berita palsu tersebut juga sudah banyak didokumentasikan dalam berbagai studi. Salah satunya, studi yang dilakukan tim riset Ohio State University membuktikan bahwa aneka berita palsu membentuk pilihan politik sebagian pemilih Amerika Serikat sehingga mereka membuat pilihan politik berdasarkan berita yang keliru. Mereka menyimpulkan bahwa penyebaran berita palsu tersebut membantu kemenangan elektoral Donald Trump dalam pemilu presiden di Amerika Serikat pada 2016.<sup>2</sup> Banyak pemilih yang tersesat dengan berita palsu sehingga kualitas keputusan mereka dipandu oleh informasi yang keliru. Kekeliruan ini secara sistematis pada gilirannya akan memerosotkan kualitas demokrasi.

Sementara itu, berita palsu juga menghantam sejumlah organisasi sosial di Eropa dan membawa dampak yang merugikan bagi kegiatan mereka, seperti Red Cross dan Save the Children. Red Cross dituduh menggelapkan uang donasi publik dan

---

1 <http://ide.mit.edu/publications/spread-true-and-false-news-online>

2 Gunther R., Beck P.A., & Nisbet, E.C. (2018). Fake news may have contributed to Trump's 2016 victory. Tersedia di <https://www.documentcloud.org/documents/4429952-Fake-News-May-Have-Contributed-to-Trump-s-2016.html> (diakses 21/02/2019).

Save the Children dikatakan bekerja sama dengan mafia perdagangan anak—yang kedua tuduhan itu ternyata tidak benar.<sup>3</sup> Tetapi kerusakan telah memengaruhi kerja sosial kedua organisasi tersebut.

Kita bisa memperpanjang daftar kerusakan yang dibawa oleh berita palsu. Tetapi pertanyaan pokoknya kurang-lebih sama: Bagaimana melawan merajalelanya “berita palsu”?

Buku terjemahan yang Anda baca ini adalah satu dari upaya perlawanan tersebut. UNESCO menerbitkan versi aslinya dengan judul *Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation* pada 2018, dengan tujuan agar menjadi panduan yang bisa digunakan dalam pendidikan jurnalistik. Namun, lebih dari itu, buku ini sesungguhnya bisa dimanfaatkan oleh audiens yang lebih luas: wartawan dan khalayak umum yang ingin memberdayakan diri dalam melakukan perlawanan terhadap berita palsu.

Dalam proses penerjemahan dan penerbitan versi Indonesia ini, UNESCO (yang diwakili oleh Advisor for Communication and Information, Ming Kuok-LIM) bekerja sama dengan tim penulis Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada (yang terdiri dari Kuskridho Ambardi, Novi Kurnia, Zainuddin Muda Z. Monggilo, Rahayu, dan Engelbertus Wendratama). Dalam pengembangan versi Indonesia tersebut, tim melakukan kontekstualisasi dengan mendiskusikan sejumlah isu dan contoh kasus di Indonesia sehingga buku ini menjadi relevan di sini.

Sejumlah namayang terlibat dalam Lokakarya Penerjemahan dan Penulisan Konteks Indonesia perlu disebutkan di sini, yakni Ana Nadhya Abrar, Gilang Desti Parahita, Lisa Lindawati, Muhamad Sulhan (Universitas Gadjah Mada), Yohanes Widodo (Universitas Atma Jaya Yogyakarta), Susilastuti (Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta), Siantari Rihartono (Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta), Rosy Tri Pagiwati (Universitas Indonesia), Ignatius Haryanto (Universitas Multimedia Nusantara), Abdul Manan (Aliansi Jurnalis Independen Indonesia), Bambang Muryanto (Aliansi Jurnalis Independen Yogyakarta), Mardiyah Chamim (Tempo Institute), Giri Lumakto (MAFINDO), Indriyatno Banyumurti (SiBerkreasi), dan Frendy Kurniawan (Tirto). Mereka semua memberikan sumbangan terhadap banyak poin yang disampaikan dalam bab-bab kontekstualisasi Indonesia.

---

3 <https://www.theguardian.com/global-development/2018/feb/15/charities-aid-agencies-fake-news-says-report>. (diakses 21/02/2019).

Sebuah catatan kecil namun penting yang perlu disampaikan di sini adalah penjernihan dan pemakaian istilah *fake news* atau berita palsu. Buku ini menganggap bahwa istilah berita palsu adalah sebuah oksimoron. Berita per definisi adalah informasi yang benar secara faktual. Karena itu istilah berita palsu memuat sebuah kontradiksi. Usulan buku ini, istilah tersebut diganti dengan disinformasi atau misinformasi yang tak memuat kontradiksi tersebut.

Yogyakarta, 28 Februari 2019

Kuskridho Ambardi  
Novi Kurnia  
Zainuddin Muda Z. Monggilo  
Rahayu  
Engelbertus Wendratama

# TRUST: KASUS REKLAMASI TELUK JAKARTA

Kuskridho Ambardi

---

*Trust* atau rasa percaya publik terhadap media dan jurnalisme di Indonesia masih cukup tinggi, setidaknya itu yang tercermin dalam survei opini publik. Data survei Desember 2018 menginformasikan sebanyak 62% responden dari sampel nasional yang representatif menyatakan bahwa mereka percaya atau sangat percaya terhadap media berita untuk pemberitaan yang disampaikan.<sup>4</sup> Proporsi mereka yang percaya ini lebih tinggi dibanding proporsi mereka yang menaruh kepercayaan terhadap DPR/DPRD dan partai politik.

Tetapi, sebagaimana terjadi di negara-negara lain, rasa percaya terhadap media itu mengalami serangan terus-menerus dalam empat tahun terakhir, terutama ketika media arus utama menyampaikan liputan jurnalistik yang berkenaan dengan kontestasi elektoral. Seorang kandidat presiden, misalnya, sering menyatakan bahwa media arus utama tidak melakukan peliputan terhadap dirinya secara adil.<sup>5</sup>

Rasa percaya publik berpotensi untuk terus tergerus dengan sebab yang bervariasi. Perubahan ekologi media adalah salah satu sebab penting yang memengaruhi tingkat kepercayaan publik terhadap media dan produk jurnalistiknya. Media daring dan media sosial kini menjadi alternatif sumber informasi bagi publik selain *legacy media*, yakni media berita yang sudah terbit sebelum kehadiran media daring dan umumnya bersetia dengan prinsip jurnalistik. Namun, bagi publik Indonesia, justru di sini letak masalahnya. Alih-alih berfungsi sebagai sumber informasi alternatif yang bisa dipercaya, mereka kadang menjadi saluran pemberitaan berkualitas buruk dan penyebaran disinformasi. Kita bisa mengambil kasus Reklamasi Teluk Jakarta, misalnya.

Berbagai liputan jurnalistik media menyajikan rangkaian pemberitaan rencana dan pelaksanaan proyek reklamasi tersebut. Basis legal proyek reklamasi, yakni

---

4 Indikator Politik Indonesia, "Tren Persepsi Korupsi", rilis 10 Desember 2018.

5 Pernyataan-pernyataan yang menyerang media yang dianggapnya tidak netral kerap muncul sejak Pemilu Presiden 2014. Lihat misalnya, <https://www.jpnn.com/news/merasa-tak-diberitakan-prabowo-kesal>. Pernyataan sejenis ini diulang lagi menjelang Pemilu Presiden 2019. Lihat misalnya, <https://www.republika.co.id/berita/nasional/news-analysis/18/12/05/pj977g430-prabowo-dan-sikapnya-kepada-media-massa> (diakses 21/02/2019).



Keputusan Presiden 52/1995 ditelisk ulang melalui pemberitaan dan analisis, ambiguitas pasal-pasal yang termuat dalam Keppres tersebut digambarkan, dan klaim perebutan kewenangan antara pemerintah provinsi dan pemerintah pusat direkam dan disajikan ke publik.<sup>6</sup>

Pergeseran rencana jumlah pulau yang hendak dibangun di teluk tersebut juga dicatat dalam laporan jurnalistik mendalam yang menyampaikan kronologi perubahan. Dalam lampiran Keputusan Presiden Nomor 52 Tahun 1995, peta reklamasi teluk hanya berupa arsiran persegi panjang tanpa merinci jumlah pulau. Kemudian dalam Surat Keputusan yang dikeluarkan pada awal 2000-an, Gubernur DKI mengeluarkan izin pembangunan pulau yang berjumlah tiga.<sup>7</sup> Pada 2012, Gubernur DKI mengembangkan proyek dan menambah menjadi 17 pulau reklamasi.<sup>8</sup>

Media pun melaporkan dua rangkaian konflik di pengadilan yang terjadi selama 8 tahun dari 2003 sampai 2011<sup>9</sup>, dan yang terjadi sepanjang 2016 serta masih berlangsung sampai sekarang.<sup>10</sup> Konflik pengadilan yang pertama menghadapkan Kementerian Lingkungan Hidup melawan para kontraktor; sedangkan konflik yang kedua menampilkan koalisi masyarakat sipil bersama nelayan menggugat pemerintah DKI untuk membatalkan pembangunan Pulau G.

Berbagai laporan jurnalistik ini memberikan informasi kredibel yang berbasis fakta tentang perencanaan, pemberian perizinan, konflik, dan tahapan pelaksanaan pembangunan pulau. Terutama, liputan tentang konflik di pengadilan, laporan-laporan jurnalistik tersebut memenuhi standar profesional dan etis yang berbasis pada kepentingan publik. Tetapi rangkaian laporan jurnalistik tentang proyek reklamasi Teluk Jakarta bukanlah sebuah narasi tunggal. Ekologi media yang berubah ternyata menghasilkan narasi yang bervariasi.

Sejumlah media daring memberikan analisis ekonomi-politik terhadap proyek reklamasi dengan menautkan proyek reklamasi dengan inisiatif Cina jalan sutra (One-Belt-One-Road – OBOR) dengan rute daratan (lama) dan rute lautan (baru, yang menghubungkan daratan Cina dengan Eropa. Mengutip seorang sumber, sebuah media daring mengatakan bahwa reklamasi Teluk Jakarta adalah

6 Tersedia di: <https://megapolitan.kompas.com/read/2017/10/11/10435641/wewenang-reklamasi-jakarta-pemerintah-pusat-atau-gubernur-dki> (diakses 21/02/2019).

7 Lihat laporan mendalam, antara lain, yang dilakukan oleh, Harian Kompas, yang membahas isu ini, <https://megapolitan.kompas.com/read/2016/04/04/10050401/Jalan.Panjang.Reklamasi.di.Teluk.Jakarta.dari.era.Soeharto.sampai.Ahok> (diakses 21/02/2019).

8 Tersedia di: <https://katadata.co.id/telaah/2018/10/05/jalan-panjang-proyek-reklamasi-teluk-jakarta> (diakses 21/02/2019).

9 Tersedia di: <http://www.menlh.go.id/sidang-pertama-gugatan-6-perusahaan-kontraktor-bp-pantura-digelar/> (diakses 21/02/2019).

10 Tersedia di: <https://metro.tempo.co/read/775540/nelayan-menang-gugatan-pencabutan-izin-reklamasi-pulau-g> (diakses 21/02/2019).

untuk kepentingan ekspansi asing.<sup>11</sup> Media daring lainnya seraya mengutip mantan KSAL yang mengatakan bahwa semua kekuatan Cina diarahkan ke Jakarta karena dengan menguasai Jakarta, Cina bisa menguasai Indonesia.<sup>12</sup> Media daring yang lain lagi mengatakan bahwa pembangunan pulau reklamasi adalah pembangunan pemukiman untuk warga negara Cina.<sup>13</sup>

Pada ketiga kasus media daring ini terjadi pencampuran antara berita dan analisis. Tak sekadar berbicara tentang informasi faktual tentang pulau-pulau reklamasi, ketiga media tersebut menautkan kebijakan reklamasi dengan kepentingan negara Cina yang memang semakin ekspansif secara ekonomi di tingkat global. Tetapi koneksi antara reklamasi dan kepentingan ekonomi Cina memerlukan sandaran faktual. Kenyataannya, ketiga media tersebut dalam laporannya tidak menyajikan data penopang yang menghubungkan produk reklamasi dengan peta, kebijakan, dan langkah konkret Cina yang bisa ditafsirkan sebagai upaya ekspansi ke Indonesia melalui proyek reklamasi. Kenyataannya, proyek reklamasi dan tujuan yang ditetapkan jauh mendahului inisiatif OBOR sehingga menautkan proyek reklamasi sebagai bagian dari desain besar ekspansi ekonomi Cina menjadi tidak masuk akal.

Sebagai berita, kualitas pemberitaan ketiga media tersebut juga di bawah standar profesionalitas. Sebagai analisis, data penopangnya juga kurang kokoh. Transparansi sejumlah klaim tidak terlihat.

Transparansi ini mencakup sejumlah aspek, mulai dari pencantuman sumber informasi yang didapatkan untuk menopang sebuah klaim atau narasi, bagaimana pengujian terhadap kualitas informasi yang disampaikan sang sumber dilakukan, sejauh mana konflik kepentingan yang secara potensial diidap oleh media dan wartawan ditangani—misalnya dengan membuat sebuah disclaimer tentang pembiayaan dan sponsor pemberitaan.

Celaknya, meskipun ketiga media tersebut mungkin diragukan kredibilitasnya, berita yang bercampur analisis tersebut memiliki peluang yang sama untuk menjangkau publik. Dengan kata lain, *legacy media* kini hanyalah salah satu produsen informasi saja. Mereka memasuki gelanggang informasi digital bersaing dengan media digital yang keduanya memproduksi berita.

---

11 Tersedia di: <https://sketsanews.com/reklamasi-teluk-jakarta-jelas-kepentingan-cina/> (diakses 21/02/2019).

12 Tersedia di: <https://www.nahimunkar.org/mantan-ksal-bongkar-cara-china-kuasai-indonesia-melalui-reklamasi-teluk-jakarta/> (diakses 21/02/2019).

13 Tersedia di: <https://mediaharapan.com/pembangunan-pulau-palsu-untuk-pemukiman-orang-cina/> (diakses 21/02/2019).

Dan mereka bersaing lagi dengan media sosial yang menjadi *platform* bagi *user-generated contents*, yang sering kali berbaju jurnalisme, dan menjadi kanal bagi berita dan analisis berkualitas buruk untuk menjangkau publik yang lebih luas melalui mekanisme *sharing*.

Jika kemudian *legacy media*, media daring, dan media sosial memberikan penggambaran yang berlawanan tentang isu yang sama, maka ketiganya memiliki kemampuan yang relatif sepadan untuk mengkau publik. Dengan kata lain, perubahan ekologi media membuka peluang dan bahkan mendatarkan piramida hierarkis yang pada periode sebelumnya kontrol pemberitaan tersebut berada di tangan para jurnalis yang bertumpu pada standar profesional dan nilai etis dalam proses produksi berita.

Trust atau rasa percaya publik ke media pemberitaan secara potensial bisa tergerus ketika media “alternatif” dan media sosial memberikan versi yang berbeda terhadap realitas. Bahkan, untuk meminjam istilah yang populer di Amerika Serikat, untuk hal yang faktual pun media memberikan “*alternative facts*” ke publik. Akibatnya bisa sangat jauh. Salah satu faktor yang membentuk pilihan politik pemilih adalah informasi yang diterimanya dari media. Ketika informasi itu buruk kualitasnya atau informasi tersebut palsu, maka pemilih akan membuat keputusan yang salah. Pada titik ini demokrasi terancam oleh kehadiran media digital yang tak peduli pada standar etis dan profesional jurnalisme.

Sejumlah kasus yang ditampilkan di bagian ini lebih menekankan pada perubahan ekologi media di tingkat global dan di tingkat domestik. Namun, sebagaimana dinyatakan oleh para praktisi media berita dan aktivis pengawas media yang terlibat dalam Lokakarya Penerjemahan dan Penulisan Konteks Indonesia untuk modul ini yang diselenggarakan oleh Departemen Ilmu Komunikasi UGM bersama UNESCO pada 29 Januari 2019, tingkat kepercayaan publik terhadap media berita juga ditentukan sejumlah faktor lain seperti perubahan model bisnis media, model pengorganisasian redaksi, dan kemampuan Dewan Pers untuk memasarkan standar etis dan profesional kewartawanan. Tidak kalah pentingnya, peningkatan kapasitas para pengakses dan pengguna media berita agar memiliki daya kritis ketika menerima dan membaca sebuah berita akan menentukan pula peningkatan kredibilitas media berita yang serius dan di saat yang sama akan mengabaikan media berita abal-abal. Isu-isu ini dibahas di bagian-bagian lain dalam buku ini. ❖

# DISINFORMASI TENAGA KERJA CINA

Kuskridho Ambardi

---

Isu tenaga kerja dari negara Cina yang membanjiri Indonesia sempat menjadi topik populer di berbagai media berita. Pelacakan melalui Google Trends<sup>14</sup> menunjukkan puncak pencarian terjadi pada Desember 2016 saat banyak warganet menggunakan mesin pencari Google untuk mendapatkan informasi tentang isu tenaga kerja Cina (TKC).

Bagaimana disinformasi terjadi dan menyebar di *legacy media* (media berita yang sudah terbit sebelum kehadiran media daring dan umumnya bersetia dengan prinsip jurnalistik), media daring, dan media sosial?

Disinformasi secara sederhana diartikan sebagai produksi informasi salah, dan pembuat serta penyebarannya mengetahui bahwa informasi itu salah. Produksi dan penyebaran informasi salah ini dilakukan dengan sengaja untuk tujuan politik atau komersial. Jurnalisme yang buruk juga bisa memuat informasi yang salah, tetapi tanpa niat jahat ketika memproduksinya. Banyak ragam disinformasi sebagaimana dijabarkan di modul.

Dalam kasus tenaga kerja Cina, disinformasi atau misinformasi berkaitan dengan jumlah tenaga kerja Cina yang berada di Indonesia. Di berbagai berita dan opini yang muncul di media daring dan media sosial, jumlah pekerja Cina tersebut dikatakan sebanyak 10 juta.<sup>15</sup> Sebagian media yang lain mengatakan bahwa jumlah pekerja itu mencapai 21 juta atau bahkan 30 juta.<sup>16</sup> Hal yang jadi persoalan, sumber dari informasi itu tidaklah disebut—satu prinsip dasar jurnalisme untuk menyebut sumber data dan proses verifikasi data tak dilakukan. Hal lain yang juga dilakukan sejumlah media daring yang mengklaim diri sebagai media berita adalah mengutip media lain yang sesungguhnya juga tak melakukan verifikasi terhadap angka dan data.

---

<sup>14</sup> Pelacakan melalui Google Trend ini dilakukan pada 18 November 2018 dengan memakai kata kunci “Reklamasi Teluk Jakarta”.

<sup>15</sup> Tersedia di: <https://www.erasuslim.com/berita/nasional/komunis-china-ekspor-10-juta-pekerja-ke-nkri-netizen-kalau-mereka-dipersenjantai-bubar-nkri.htm#.XHChky2BiQI> (diakses 21/02/2019/)

<sup>16</sup> Tersedia di: <http://www.voa-islam.com/read/intelligent/2015/05/31/37311/5-tahun-jokowi-memimpin-30-juta-cina-masuk-indonesia/#sthash.YyKFzimy.dpbs> (diakses 21/02/2019/)

Kenyataannya, dari catatan resmi Kementerian Tenaga Kerja, jumlah pekerja asing jangka panjang dan pendek dari semua negara di Indonesia hanya mencapai 126.006 orang (akhir 2017)<sup>17</sup>. Namun, sebagaimana terjadi di negara lain, ketika isu ini memasuki wilayah politik, pemerintah sebagai sumber informasi pun dipersoalkan kredibilitasnya.<sup>18</sup>

Pertanyaannya, dari mana angka 10 juta dan 21 juta tersebut berasal? Spekulasi yang mudah, angka itu adalah angka karangan yang memang tak memerlukan sumber data. Tetapi sejumlah media pengamat dan media mencoba melihat pernyataan dan peristiwa yang dekat dengan klaim itu. Dan di berbagai media diketahui, merebaknya isu banjir pekerja dari Cina berdekatan waktunya dengan keluarnya pernyataan presiden yang menargetkan peningkatan jumlah wisatawan dari Cina sebesar 10 juta untuk tahun yang berjalan.<sup>19</sup>

Di sejumlah media daring, konteks pernyataan itu dilepas dan diganti dengan narasi ekspansi global Cina ke penjuru dunia—termasuk Indonesia.

Disinformasi dalam bentuk lain yang berkaitan dengan isu ini yang masuk dalam kategori *false connection* atau hubungan yang salah juga terjadi. Secara ringkas, hubungan yang salah ini ketika judul berita tak bersambung dengan foto dan kutipan foto, serta dengan isi berita. Lebih jauh lagi, isu banjir TKC ini ditautkan dengan sebuah kasus yang memang ditemui hadirnya tenaga kerja Cina yang nyata sebagaimana terjadi di usaha tambang di Morowali, Sulawesi Tengah.<sup>20</sup>

Faktanya, usaha tambang itu memang usaha patungan yang melibatkan perusahaan Cina. Usaha patungan tersebut memuat kesepakatan bahwa pekerja Cina diperbolehkan untuk terlibat dalam proyek, dan pengurangan bertahap dilakukan. Debat dan kritik tentang kehadiran pekerja Cina di sana tentunya adalah debat yang bisa dijustifikasi untuk melihat opsi-opsi kebijakan ketenagakerjaan di tingkat lokal maupun nasional. Demikian pula kritik terhadap keputusan yang diambil adalah sah-sah saja. Namun menautkan dan merangkai kasus Morowali dengan narasi desain besar ekspansi Cina ke Indonesia memerlukan kerja investigasi yang menuntut lebih banyak data dan logika.

17 Tersedia di: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3990690/menaker-buka-bukaan-data-tenaga-kerja-asing-di-ri> (diakses 21/02/2019)

18 Tersedia di: <http://www.tribunnews.com/nasional/2018/04/27/gerindra-kritik-data-pemerintah-salah-satu-pabrik-semen-hampir-100-persen-diisi-tenaga-kerja-asing> (diakses 21/02/2019).

19 Banyak media berita daring yang memberitakan pertanyaan ini, antara lain Kompas: <https://nasional.kompas.com/read/2016/07/20/13495071/pemerintah.targetkan.10.juta.turis.china.ke.indonesia.inialasannya>. Lihat juga, <https://bisnis.tempo.co/read/748718/menpar-pemerintah-targetkan-10-juta-kunjungan-turis-cina/full&view=ok> (diakses 21/02/2019).

20 Tersedia di: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4153343/asal-muasal-banyaknya-tenaga-kerja-china-di-morowali> (diakses 21/02/2019).

Misalnya, pemeriksaan jumlah perusahaan-perusahaan Cina yang hadir dalam berbagai sektor, tipe kerjasama dengan perusahaan lokal dan kerjasama dengan pemerintahan daerah, tipe pekerjaan yang dikerjakan oleh pekerja Cina dan seterusnya.

Berbagai laporan pemberitaan tersebut tidak memuatnya. Bahkan sebagian media tidak melakukan peliputan independen dengan mendatangi Morowali dan melakukan sejumlah verifikasi. Tesis tentang desain besar Cina untuk “menginvasi” Indonesia secara ekonomi pada dasarnya adalah *unproven thesis*. Yang muncul adalah sebuah penjelasan konspiratif ketika isu pekerja Cina ini ditautkan dengan peristiwa-peristiwa lain yang membentuk sebuah narasi yang seolah masuk akal tetapi koneksi dan fakta pendukungnya tidak hadir.<sup>21</sup> Misalnya, di media sosial muncul disinformasi tentang kesalahan penerbangan Lion Air dari Singapura ke Jakarta. Para penumpang pesawat tersebut tidak melakukan pengecekan imigrasi standar. Digabung, hadirnya pekerja Cina di Morowali, pelanggaran imigrasi penerbangan Lion Air, dan pembangunan pulau reklamasi di Teluk Jakarta seolah saling berhubungan dan dilabeli ekspansi Cina.

Penjelasan konspiratif ini tidak meruyak di berbagai media arus utama. Tetapi kanal-kanal media “alternatif” dan media sosial memuat dan menaburkan berita yang bercampur-baur dengan analisis tentang konspirasi Cina. Laporan utama Majalah Tempo menyajikan data perang informasi di Twitter.<sup>22</sup>

Jumlah cuitan dengan sentimen negatif selalu melampaui sentiment positif sepanjang Desember 2016.<sup>23</sup> Tempo bekerjasama dengan sebuah perusahaan digital yang memiliki perangkat lunak dengan kemampuan mengoleksi cuitan Twitter dalam jumlah besar dan melakukan analisis sentimen.

Sentimen negatif tersebut, meskipun bersandar pada disinformasi atau data yang salah, tetap terbangun. Sandaran itu mendedahkan *frame* bahwa pemerintah justru memfasilitasi pekerja asing saat banyak pekerja Indonesia mengalami pemutusan hubungan kerja, relatif tingginya angka pengangguran, dan tingkat kemiskinan yang masih relatif tinggi. Baru pada setelah presiden dan menteriannya memberikan data jumlah pekerja asing di minggu ketiga Desember,

---

21 Lihat, misalnya, [pic.twitter.com/banbGxZmv8](https://pic.twitter.com/banbGxZmv8). Sejumlah contoh yang sempat penulis dokumentasikan adalah berita Postmetro tertanggal 29 Desember 2016, dengan judul, “Jika Maraknya TKA illegal, Gerindra: Parlemen harus usulkan Hak Interpelasi.” Tautan berita ini sekarang sudah dihapus dan tak bisa diakses. Berita ini memiliki sebuah narasi tentang desain besar negara Cina untuk menguasai Indonesia dengan mengeksport tenaga kerja Cina besar-besaran, dan salah satu pintu masuknya adalah perusahaan tambang di Morowali, Sulawesi Tengah. Dalam berita ini, koneksi antara desain strategis Cina dan ekspansi tenaga kerja Cina lemah dan spekulatif, demikian juga dengan fakta pendukung bahwa tenaga kerja dominan ternyata tidak benar. Sementara, berita ini menyeret isu ini ke level DPR dan mengimplikasikan perlunya DPR untuk melakukan hak interpeleasi.

22 Laporan Utama Majalah Tempo yang bertajuk “Wabah Hoax”, edisi 2-8 Januari 2017.

23 Ibid.

jumlah cuitan yang bersentimen negatif menurun meskipun tidak hilang sama sekali. Bahkan sampai hari isu tersebut tetap menjadi isu politik untuk mendiskreditkan pemerintahan Joko Widodo.

Kita bisa terus menambah variasi contoh disinformasi yang beredar di Indonesia, seperti dialami politikus Nusron Wahid dan Menteri Agama Lukman Syaifudin.<sup>24</sup> Kasus pertama adalah *fabricated content* yang dikombinasikan dengan *spoofing* yang beredar di media sosial pada 29 November 2016, sedangkan kasus kedua adalah kasus *false context* atau konteks yang salah, yang juga muncul dan mengalir di media sosial pada 4 Desember 2017.

*Fabricated content* atau konten rekaan dengan judul berita yang seolah mengutip sang politikus, “Nusron Wahid: Kalau Aksi Peserta 212 Lebih Dari Seribu Orang Ludahi Muka Saya”, beredar dua minggu menjelang rencana Aksi 212. Pernyataan ini berupa *capture* berita yang seolah berasal dari laman [www.detik.com](http://www.detik.com), dengan fontasi dan gambar yang mirip produk situs tersebut – *spoofing*. Ketika saling mengonfirmasi, kedua pihak membantah, Nusron Wahid menyatakan tidak pernah mengeluarkan pernyataan itu dan Redaksi Detik menyatakan tidak pernah memproduksi berita tersebut.<sup>25</sup>

Kasus disinformasi yang menghantam Menteri Agama muncul dalam format video.<sup>26</sup> Narasi video berdurasi 2 menit 30 detik tersebut menyandingkan dua potong “*scenes*” di mana potongan pertama merekam pidato yang berisi testimoni Kanza Via, seorang transgender yang mewakili Forum LGBTQ yang mendapat Penghargaan Tasrif dari Aliansi Jurnalis Independen (AJI) tahun 2017. Dalam testimoninya, Kanza menceritakan kesusahan kaum LGBTQ yang selama ini mengalami perundungan di masyarakat. Potongan ini disambung dengan tanggapan Lukman yang mengapresiasi penghargaan yang diberikan oleh AJI untuk tokoh/kelompok yang memperjuangkan kebebasan berekspresi. Sambungan dua potongan video ini disertai dengan narasi yang mengimplikasikan bahwa Lukman menyetujui dan mendukung LGBTQ. Aslinya, dalam acara tersebut, sang menteri tidak secara khusus berbicara tentang LGBTQ, tetapi ia memberikan orasi kebudayaan sebagai puncak acara yang menekankan perlunya pemeliharaan kebebasan berekspresi.

24 Dua kasus ini diusulkan oleh seorang peserta lokakarya untuk penerbitan modul ini.

25 Tersedia di: <https://news.detik.com/berita/d-3358312/waspadai-penebar-dusta-yang-masih-bertebaran> (diakses 21/02/2019).

26 Video tersebut sudah dihapus dari Youtube tapi cek faktanya bisa ditemui di laman Liputan 6, <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/3670039/cek-fakta-menteri-agama-hadiri-acara-penghargaan-lgbt-tanda-dukungan> (diakses 21/02/2019).

Konteks orasi kebudayaan tersebut dihilangkan dalam penggalan video tersebut sehingga terlihat adanya upaya disinformasi ke publik. Menanggapi kontroversi video tersebut—yang mampu menjangkau 1,9 juta penonton—Menteri Agama Lukman Saifuddin melakukan klarifikasi posisinya terhadap LGBTQ.<sup>27</sup>

Yang penting untuk dicatat, kemampuan penetrasi disinformasi tersebut tidak ditentukan oleh kualitas informasi tersebut tetapi ditentukan oleh rekayasa strategi kampanye digital yang canggih. Media berita konvensional maupun digital yang bersetia dengan standar ideal jurnalisme bisa jadi hanya menjadi pemain kecil dengan jangkauan terbatas. Sementara, dari sudut konsumen, tak semua khalayak terbekali dengan kemampuan untuk memilah informasi dari disinformasi. ❖

---

2 Tersedia di: <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/3670039/cek-fakta-menteri-agama-hadiri-acara-penghargaan-lgbt-tanda-dukungan> (diakses 21/02/2019).



## Konteks Indonesia Modul 3

# PERUBAHAN TEKNOLOGI, ADAPTASI BISNIS, DAN TANTANGANNYA

Rahayu

---

Kehadiran internet telah mengubah industri berita di Indonesia. Perubahan ini antara lain tampak dari kemunculan laman-laman berita yang dibuat oleh perusahaan media berita untuk melengkapi berita konvensional yang diproduksinya. Pada tahap awal perubahan ini, konten berita di laman tampak hanya merupakan salinan dari versi cetak<sup>28</sup>. Industri berita di Indonesia mulai menunjukkan perubahan signifikan ketika Detik.com lahir pada pertengahan tahun 1998<sup>29</sup>. Media ini lahir sebagai laman berita pertama di Indonesia yang berdiri secara mandiri, karena tidak menginduk pada media lain.

Seiring dengan kemajuan infrastruktur dan meluasnya penggunaan internet, memasuki tahun 2000, sejumlah laman berita bermunculan<sup>30</sup>. Kemudian hingga awal 2018, menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika, jumlah laman berita telah mencapai 43 ribu<sup>31</sup>. Data ini memberikan gambaran tentang perubahan tren bisnis berita, yang sebelumnya didominasi oleh perusahaan-perusahaan media berita konvensional, sekarang dipadati oleh media berita daring.

Sayangnya, cukup banyak laman berita yang tidak jelas pengurusnya, penanggung jawabnya, alamat redaksinya, dan kontennya pun tidak selaras dengan peraturan perundang-undangan. Oleh karena itu, Dewan Pers melakukan verifikasi, dan hanya sekitar 200-an laman berita yang lolos verifikasi<sup>32</sup>.

Kehadiran laman berita memperkenalkan model bisnis baru dalam industri berita. Prinsip “cepat dan ringkas” menjadi langgam baru praktik jurnalisme. Kecepatan

28 Tempo Interaktif didirikan oleh beberapa mantan wartawan majalah Tempo yang dibredel rezim Orde Baru pada 1994.

29 Margianto, J.H. & Syaefullah, A. (n.d.). Media online: Pembaca, laba, dan etika: Problematika Praktik jurnalisme online di Indonesia. Jakarta: AJI Indonesia.

30 Ibid.

31 “Menkominfo: Baru 100 Portal Berita Online Terverifikasi”. Tersedia di: [https://www.kominfo.go.id/content/detail/12345/menkominfo-baru-100-portal-berita-online-terverifikasi/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/12345/menkominfo-baru-100-portal-berita-online-terverifikasi/0/berita_satker) (diakses 20/02/2019)

32 “Dari 43.000 Media “Online”, Hanya 234 yang sesuai syarat UU Pers”. Tersedia di: <https://nasional.kompas.com/read/2016/12/21/19022441/dari.43.000.media.online.hanya.234.yang.sesuai.syarat.uu.pers> (diakses 20/02/2019)

dalam penyajian berita membawa implikasi serius pada akurasi berita, seperti ejaan yang salah, penyebutan narasumber yang tidak tepat, hingga substansi berita. Kecepatan ini juga berdampak pada isu terpenuhinya *cover both sides* dalam berita. Terkait dengan persoalan ini, para pengelola portal berita online menangkis kritik dengan menyatakan bahwa persoalan akurasi dan *cover both sides* juga terjadi di media lainnya. Dalam pandangan mereka, unsur berita yang penting adalah verifikasi dan media daring berupaya memenuhinya dengan menyajikan berita *update* dan mengalir.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Dewan Pers mengeluarkan Pedoman Pemberitaan Media Siber pada 2012 untuk memberikan arah dalam produksi berita daring. Pedoman tersebut memuat ketentuan, antara lain: prinsip verifikasi dan kepentingan publik. Di samping itu pedoman juga menekankan bahwa berita “tidak memuat isu bohong, fitnah, sadis, dan cabul”. Pedoman ini dapat diakses di laman Dewan Pers <https://dewanpers.or.id/kebijakan/pedoman>.

Selain terdapat perubahan dalam hal *platform* distribusi berita, model bisnis berita juga mengalami perubahan akibat kehadiran media sosial. Seperti terungkap dalam lokakarya “Konsultasi Penerjemahan dan Penulisan Konteks Indonesia”<sup>33</sup>, sejumlah pengelola media berita mengakui bahwa reporter dalam mengangkat berita melihat apa yang viral di media sosial. “Topik apa yang viral di media sosial, dipilih untuk dijadikan berita”. Bahkan beberapa stasiun televisi merasa perlu membuat program yang secara khusus mengangkat *trending topic* di media sosial. Kompas TV, misalnya, memiliki program “Kata Netizen” yang membahas isu-isu terkini yang ramai diperbincangkan atau menjadi *trending topic* di Twitter. Strategi pemberitaan ini dipilih karena menyesuaikan perilaku umum khalayak yang menyaring berita melalui media sosial terlebih dahulu sebelum mereka beralih ke media berita.

Fenomena mengikuti *trending topic* di media sosial ini rawan terhadap misinformasi dan disinformasi. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika, sebagian besar penyebaran misinformasi dan disinformasi di media sosial, selain situs-situs<sup>34</sup>. Tidak menutup kemungkinan, jika media berita tidak berhati-hati dalam melakukan seleksi informasi, mereka dapat terjebak dalam penyebaran misinformasi dan disinformasi. Untuk mengantisipasi persoalan ini, sejumlah perusahaan media berita, seperti Tempo dan Tirto, menerapkan sistem

---

33 Lokakarya untuk penerbitan modul ini, kerja sama antara UNESCO dan Departemen Ilmu Komunikasi UGM pada 29 Januari 2019 di Yogyakarta.

34 “Menkominfo Tegaskan Situs dan Akun Medsos Penyebar Hoax Langsung Diblokir”. Tersedia di: [https://www.kominfo.go.id/content/detail/15324/menkominfo-tegaskan-situs-dan-akun-medsos-penyebar-hoax-langsung-diblokir/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/15324/menkominfo-tegaskan-situs-dan-akun-medsos-penyebar-hoax-langsung-diblokir/0/sorotan_media) (diakses 20/02/2019).

pemeriksaan fakta secara ketat untuk menandai ada tidaknya misinformasi atau disinformasi.

Strategi pemberitaan yang mengikuti *trending topic* di media sosial juga didorong oleh kepentingan menaikkan *traffic*. *Traffic* ini dapat disamakan kedudukannya dengan penonton televisi, pendengar radio, atau pembaca dan oplah untuk media cetak. Semakin banyak penonton, pendengar atau pembaca, akan semakin menarik perhatian pengiklan. Semakin banyak pengunjung suatu laman dan semakin banyak aktivitas yang dilakukan pengunjung di laman, akan semakin tinggi *traffic*-nya. Jika pengelola media konvensional dulu mengejar rating atau oplah, maka sekarang mereka mengejar Google Trends, AdSense, Alexa, dan seterusnya untuk mendapatkan referensi topik-topik yang sedang menjadi *trending*. Pendapatan terbesar dari media daring memang berasal dari iklan. Oleh karena itu, upaya menaikkan *traffic* merupakan suatu hal yang serius bagi pengelola laman berita.

Pengelola laman berita melakukan berbagai cara untuk menaikkan *traffic*, di antaranya menghadirkan ruang-ruang interaktivitas seperti menyediakan forum, *blog*, atau lainnya di laman media. Strategi ini bertujuan menarik minat pembaca mengunjungi laman berita dan meningkatkan *length of visit*. Pengelola juga menyajikan berita secara sepotong-sepotong yang dikemas sebagai update berita. Cara penyajian berita yang sepotong-sepotong ini bertujuan untuk meningkatkan *page view*. Di samping itu, pengelola menyajikan judul berita yang menarik untuk menghasilkan banyak klik. Para pengelola laman melihat kriteria menarik ini lebih utama dibanding arti penting sebuah berita bagi masyarakat.

Kepentingan menaikkan *traffic* sering memunculkan sejumlah isu etika (kode etik jurnalistik). Sebagai contoh, selama ini dalam kode etik jurnalistik terdapat nilai yang memisahkan fakta dari opini<sup>35</sup>. Namun kehadiran ruang interaktivitas memberikan tempat bagi munculnya komentar/opini dalam penyajian berita. Komentar/opini ini tidak selalu bernada positif. Dewan Pers mencatat sejumlah komentar yang tidak etis<sup>36</sup>. Meskipun opini ini berasal dari pembaca, keberadaannya melekat di laman berita. Persoalan ini kemudian mendorong tuntutan kepada pengelola laman berita untuk melakukan moderasi komunitas daringnya. Di sini muncul tuntutan perlunya laman media menunjukkan identitas asli komentator termasuk menampilkan riwayat komentarnya. ❖

35 Kode Etik Jurnalistik (Peraturan Dewan Pers Nomor: 6/Peraturan-DP/V/2008 tentang Pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik sebagai Peraturan Dewan Pers).

36 Margianto, J.H. & Syaefullah, A. (n.d.). *Media online: Pembaca, laba, dan etika: ProblematikaPraktik jurnalisisme online di Indonesia*. Jakarta: AJI Indonesia.

# MEDIA DAN GERAKAN LITERASI

Novi Kurnia

---

Di Indonesia, kesadaran untuk menguatkan kompetensi literasi media—terutama televisi dan media cetak—dimulai sejak 1990-an. Literasi televisi lebih banyak difokuskan pada orangtua agar bisa mendampingi anak untuk meminimalisir pengaruh buruk televisi terhadap anak. Sedangkan literasi media cetak lebih banyak ditujukan pada pembaca dewasa agar bisa memahami informasi yang disampaikan.<sup>37</sup> Program literasi media dan informasi dari 1990-an hingga 2010-an sebagian besar dilakukan oleh lembaga swadaya masyarakat, media, dan sekolah dengan kelompok sasaran anak, orangtua, guru, dan pelajar. Pada kurun waktu tersebut, gerakan literasi media di Indonesia sangat dekat dengan gerakan pemantauan media.

Program literasi media dan informasi mengalami perubahan signifikan pada akhir 2010-an saat penggunaan internet dan media digital semakin meningkat di Indonesia seiring dengan munculnya kekacauan informasi, ujaran kebencian, “kecanduan” gawai, internet *fraud*, dan pelanggaran privasi.<sup>38</sup> Untuk meminimalisir permasalahan tersebut, kegiatan literasi digital semakin beragam dan bertambah.

Studi yang dilakukan Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) menunjukkan bahwa fokus gerakan literasi digital di Indonesia pada 2010-an adalah media digital, media daring, media sosial, dan *game*. Studi yang dilakukan oleh 56 peneliti dari 26 perguruan tinggi ini memetakan 342 kegiatan literasi digital yang dilaksanakan di sembilan kota di Indonesia: Yogyakarta, Salatiga, Semarang, Surakarta, Malang Raya, Bandung, Banjarmasin, Bali, dan Jakarta.

Studi ini menemukan bahwa pelaku kegiatan literasi digital paling banyak adalah universitas (56,14%) yang diikuti dengan instansi pemerintah (14,4%), komunitas (13,52%, lembaga swadaya masyarakat (5,32%, sekolah (3,68%), korporasi (3,68%),

---

37 Poerwaningtyas, I. (Ed.) (2013). *Model-model gerakan literasi media dan pemantauan media di Indonesia*. Yogyakarta: Pusat Kajian Media dan Budaya Populer dan Yayasan TIFA.

38 Kurnia, N & Astuti, S. I. (2017). Peta gerakan literasi digital di Indonesia: Studi tentang pelaku, ragam kegiatan, kelompok sasaran, dan mitra. *Informasi: Kajian Ilmu Komunikasi*, 47(2), 149-166.

asosiasi profesi dan organisasi massa (2,86%) dan media (0,4%). Sementara itu, target sasaran literasi digital lebih banyak remaja (29,55%), lalu mahasiswa (18,5%), masyarakat umum (15,22%), orangtua (12,23%), guru dan dosen (10,14%), serta komunitas dan masyarakat profesional termasuk media (6,86%), dan peneliti (0,29%).

Rekomendasi studi tentang dibutuhkannya gerakan literasi digital yang kolaboratif terjawab pada akhir 2017 dengan munculnya Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) Siberkreasi.<sup>39</sup> Dalam setahun sejak Siberkreasi lahir, terdapat 92 organisasi (instansi pemerintah, akademisi dari berbagai universitas, komunitas, korporasi, media) yang menggerakkan 297 program serta melibatkan 125.080 peserta.<sup>40</sup> Hingga akhir 2018, selain memproduksi beragam materi literasi digital seperti video dan infografik, Siberkreasi sudah meluncurkan 65 buku panduan literasi digital. Beragam topik seperti melawan hoaks, mengelola informasi bencana alam, mengatasi kecanduan *games*, hingga *digital parenting* bisa didapatkan seluruh atau sebagian isinya melalui laman [www.literasidigital.id](http://www.literasidigital.id).

Lima dari 65 buku yang diterbitkan oleh Siberkreasi merupakan karya Japelidi, salah satu komunitas yang bergabung dalam gerakan nasional literasi digital tersebut. Seri buku literasi digital ini mengembangkan 10 kemampuan literasi digital Japelidi, yang bukan hanya bertumpu pada kemampuan teknis untuk mengakses media, melainkan juga kemampuan untuk menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan, memproduksi, berpartisipasi, dan berkolaborasi.<sup>41</sup>

Dilihat dari berbagai pola gerakan literasi media di Indonesia sejak 1990-an hingga 2018, terlihat bahwa fokus gerakan biasanya terkait dengan jenis media, dari media televisi, media cetak hingga media digital. Sayangnya, sebagaimana hasil penelitian Japelidi tahun 2017, keterlibatan jurnalis atau media baik sebagai pegiat atau kelompok sasaran dalam gerakan literasi digital masih terbatas.<sup>42</sup>

Padahal peran media berita sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan pengguna media agar bisa memahami beragam informasi terutama dalam bentuk berita (literasi kemampuan berita). Di sinilah jurnalis sebaiknya juga perlu

39 Kurnia, N & Astuti, S. I. (2017). Pemetaan 9 kota menegaskan Indonesia harus bangkit dari gagap digital. *The Conversation*. 25 September 2017. Tersedia di: <https://theconversation.com/pemetaan-9-kota-menegaskan-indonesia-harus-bangkit-dari-gagap-digital-84064> (diakses 20 Januari 2019).

40 Lihat laman SiBerkreasi: [www.siberkreasi.id](http://www.siberkreasi.id).

41 Lihat selengkapnya 10 kompetensi literasi digital yang dirumuskan oleh Japelidi dalam Kurnia, N, Monggilo, Z.M.Z., & Adiputra, W.M. (2018). *Yuk, Tanggap dan Bijak: Berbagi Informasi Bencana Alam melalui Aplikasi Chat*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UGM.

42 Kurnia, N & Astuti, S. I. (2017). Peta gerakan literasi digital di Indonesia: Studi tentang pelaku, ragam kegiatan, kelompok sasaran, dan mitra. *Informasi: Kajian Ilmu Komunikasi*, 47(2), 149-166.

meningkatkan kemampuan literasinya baik untuk dirinya sebagai pekerja media, untuk kalangan media, maupun untuk masyarakat yang lebih luas.

Sejak 2018, keterlibatan media untuk turut melakukan program literasi digital untuk masyarakat semakin meningkat. Tempo Goes to Campus 2018 (TGTC 2018) adalah salah satu contoh kegiatan yang dilakukan oleh Tempo Institute sebagai sayap grup PT Tempo Inti Media Tbk yang berkolaborasi dengan berbagai komunitas jaringan pegiat literasi digital seperti Yukepo, ICT Watch, Siberkreasi dan Mafindo<sup>43</sup>. Tujuan kegiatan ini adalah mengajak mahasiswa untuk bisa bersikap kritis terhadap segala informasi yang mereka terima sehingga mereka bisa menangkal hoaks. TGTC 2018 dilakukan untuk mencari duta kampanye anti hoaks di 10 kota yakni Cilegon, Bandung, Aceh, Batam, Pontianak, Palu, Makassar, Halmahera, Ambon dan Manado. Sebagai ilustrasi, TGTC yang dilakukan di Cimahi berhasil melibatkan 500 pemuda pemudi dari Cimahi dan sekitarnya untuk belajar strategi menangkal hoaks yang sangat penting untuk meningkatkan kompetensi literasi digital mereka<sup>44</sup>.

Upaya terlibat dalam gerakan literasi digital juga dilakukan oleh Kompas.com. Berkolaborasi dengan Universitas Multimedia Nusantara (UMN), Kompas.com melakukan pemeriksaan fakta terkait dengan pernyataan dua kandidat presiden setelah debat kedua Pilihan Presiden (Pilpres) 2019 melalui metode *restricted search method* (metode pencarian terbatas). Kolaborasi ini menunjukkan peran aktif media berita untuk berkolaborasi dengan perguruan tinggi dalam membuat program verifikasi fakta yang hasilnya dipublikasikan di media daring sehingga bisa diakses luas oleh masyarakat.<sup>45</sup> Dengan begitu, upaya meminimalisir hoaks politik bisa ditekan seminimal mungkin<sup>46</sup>.

Kolaborasi media berupa *live fact check* dalam debat pilpres 2019 dilakukan oleh 24 jurnalis dari berbagai media antara lain Kontan.co.id, Tempo.co, Merdeka.com, Suara.com, Liputan6.com, KBR.id, Kabar Makasar, Kabar Medan, Kompas.com, Viva.co.id, Detik.com, Dream.co.id, Beritasatu.com, Katadata.co.id, dan Bisnis.com. Kolaborasi ini didukung oleh Google Indonesia, AJI Indonesia, dan Cekfakta.

---

43 Lihat laman Tempo Institute dalam "TGTC 2018: 'Mr & Ms Smart Melawan Kabar Kibul'". Tersedia di: <https://tempo-institute.org/berita/smart-tgtc/> (diakses pada 13 Februari 2019).

44 Deskripsi mengenai kegiatan TGTC di Cimahi bisa dilihat di Kusuma, Ringga Wijaya (2018), JabarEkspres.com, 14 Mei 2018. Tersedia di: <http://jabarekspres.com/2018/500-pemuda-jabar-belajar-strategi-tangkal-hoax/> (diakses 15 Februari 2019).

45 Pratawa, A. N & Galih, B. (2019). 14 Hasil Cek Fakta Berdasarkan "Restricted Search Method", Kompas.com, 18 Februari 2019. Tersedia di: <https://nasional.kompas.com/read/2019/02/18/1610535114-hasil-cek-fakta-berdasarkan-restricted-search-method> (diakses 19 Februari 2019).

46 Menurut penelitian yang dilakukan oleh Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) pada 2018, jumlah hoaks yang paling banyak di Indonesia adalah hoaks politik yakni sekitar 488 (44,93%) dari 997 hoaks yang tercatat dalam riset tersebut. Informasi selengkapnya bisa dilihat di CNN Indonesia (2019), Facebook Jadi Medsos Favorit Sebar Hoaks Jelang Pilpres 2019, 09 Februari 2019. Tersedia di: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190209103638-185-367684/facebook-jadi-medsos-favorit-sebar-hoaks-jelang-pilpres-2019> (diakses 18 Februari 2019).

com dari Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo). Kolaborasi ini bertujuan memberantas hoaks politik jelang pemilu sekaligus sebagai langkah awal dalam membangun kerja sama media dalam gerakan literasi media dan informasi.

Beberapa contoh di atas menunjukkan bahwa media juga turut andil dalam gerakan literasi digital meskipun jumlahnya masih terbatas dengan area yang lebih banyak terkait dengan upaya meminimalisir hoaks. Tantangan ke depan tentu lebih tinggi untuk bisa meningkatkan peran media baik secara internal maupun eksternal.

Secara internal, media harus menguatkan kemampuan literasi media dan informasi jurnalis agar tidak terjebak dalam kekacauan informasi dengan melakukan beragam pelatihan yang relevan. Sedangkan secara eksternal, media perlu lebih banyak berkolaborasi untuk melakukan beragam program literasi digital supaya ada efisiensi sumber daya dan efektivitas program. Selain itu, perlu dipikirkan inovasi baru dalam ragam program maupun cara penyampaian agar lebih sesuai dengan khalayak target.<sup>47</sup> ❖

---

47 Peran aktif media berita di Indonesia dalam gerakan literasi media dan informasi didiskusikan oleh sejumlah akademisi, pegiat literasi digital, jurnalis, dan lembaga pendidikan jurnalisisme dalam Lokakarya Konsultasi Penerjemahan dan Penulisan Konteks Indonesia untuk modul ini. Lokakarya ini merupakan kerja sama antara UNESCO dan Departemen Ilmu Komunikasi UGM pada 29 Januari 2019 di Yogyakarta.

# PRAKTIK PEMERIKSAAN FAKTA

Zainuddin Muda Z. Monggilo

---

Tulisan ini mencoba menelusuri riwayat pemeriksaan fakta dan gerakannya di Indonesia dengan masa pemilihan umum 2014 sebagai titik tolaknya. Selain itu, tulisan ini juga berupaya menghadirkan uraian yang holistik mengenai praktik pemeriksaan fakta di Indonesia serta peluang dan tantangannya di masa mendatang.

### 1. Konteks Historis Pemeriksaan Fakta Indonesia

Sejarah pemeriksaan fakta dan gerakannya di Indonesia dapat diidentifikasi dari tiga periodisasi penting yaitu periode 2014 dengan terbentuknya Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoax (FAFHH), periode 2015 melalui deklarasi MAFINDO, dan periode 2018 yang ditandai dengan perolehan sertifikasi IFCN untuk lima lembaga pemeriksa fakta di Indonesia (Tirto, Liputan6, Tempo, Mafindo, dan Kompas) serta proyek kolaboratif pemeriksaan fakta seperti Pemeriksaan Fakta Pihak Ketiga (*Third-Party Fact-Checking*) dan cekfakta.com

#### 2014-2015: FAFHH dan MAFINDO

Gerakan pemeriksaan fakta di Indonesia berawal dari sebuah grup Facebook bernama Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoax (FAFHH) pada 2014. Forum ini didirikan sebagai bentuk perlawanan terhadap serbuan konten bermuatan fitnah dan kebohongan melalui jejaring sosial di masa pemilihan presiden dan wakil presiden (pilpres) 2014. Anggota komunitas yang awalnya hanya berisi keluarga dan kerabat dekat, kemudian bertambah hingga mencapai ribuan orang—yang kemudian disebut sebagai relawan<sup>48</sup>.

Menyadari tingginya partisipasi masyarakat dalam gerakan ini, FAFHH kemudian mendeklarasikan dirinya sebagai Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) pada akhir 2015. Tujuannya agar gerakan ini

---

48 Tersedia di: [https://www.facebook.com/groups/fafhh/?ref=gs&tn-str=%2AF&fref=gs&dti=177295885936288&hc\\_location=group\\_dialog](https://www.facebook.com/groups/fafhh/?ref=gs&tn-str=%2AF&fref=gs&dti=177295885936288&hc_location=group_dialog) (diakses 27/01/2019).



mempunyai payung hukum yang menjadi basis legal untuk dapat bekerja sama dengan berbagai pihak dalam pemberantasan hoaks<sup>49</sup>.

### 2018: Sertifikasi International Fact-Checking Network (IFCN)

Sebelum gerakan nasional sukarela MAFINDO, pemeriksaan fakta di Indonesia sedianya telah dilakukan oleh institusi media berita (khususnya media daring) yang terdaftar secara resmi di Dewan Pers<sup>50</sup>. Disiplin dalam melakukan verifikasi dan validasi merupakan salah satu metode jurnalistik yang mendukung proses pemeriksaan fakta tersebut<sup>51</sup>. Namun demikian, proses verifikasi yang dilakukan antara satu media dan media lainnya cenderung bervariasi karena menggunakan ragam standar yang ditetapkan oleh redaksi masing-masing. Institusi media yang sudah lebih mapan—yang dapat dikategorikan dari segi usia/lama terbentuk, kepemilikan dan kualitas sumber daya—sedianya melakukan pemeriksaan fakta berlapis. Hal ini dapat berkorelasi positif dengan kualitas berita yang diproduksinya. Dengan kata lain, berita yang telah melalui serangkaian pengecekan yang dilakukan oleh institusi media besar akan lebih mudah mendapat perhatian (dan kepercayaan) dari masyarakat dibandingkan dengan mereka yang baru tumbuh.

Namun dalam pemeriksaan fakta, nama besar bukanlah semata-mata jaminan mutlak, karena menurut hasil uji dari IFCN<sup>52</sup>, Tirto menjadi media dari Indonesia yang pertama kali tersertifikasi sebagai anggota IFCN per 12 Januari 2018<sup>53</sup>. Tirto sendiri adalah pendatang baru di industri media tanah air yang berdiri tahun 2016. Hingga akhir tahun 2018, menyusul Tirto, adalah Liputan6 (Cek Fakta-2 Juli 2018), Tempo.co (16 Agustus 2018), Mafindo (16 Agustus 2018), dan Kompas (Hoaks atau Fakta?-15 Oktober 2018)<sup>54</sup>.

49 Tersedia di: <https://www.beritasatu.com/digital-life/515131-mafindo-pejuang-gigih-lawan-hoax-di-medsos.html>; <https://www.mafindo.or.id/about/metode-klasifikasi-hoax/> (diakses 27/01/2019).

50 Terdapat sekitar 43.000 media berita daring abal-abal menurut catatan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) per tahun 2017. Berita dapat dicek di [https://www.kominfo.go.id/content/detail/8808/situs-berita-abal-abal-akan-jadi-korban-seleksi-alam/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/8808/situs-berita-abal-abal-akan-jadi-korban-seleksi-alam/sorotan_media); <https://nasional.kompas.com/read/2017/01/07/16533201/kemenkominfo.sebut.ada.43.000.media.abal-abal>, diakses 27/01/2019).

51 Tersedia di: <http://digi-journalism.or.id/truth-in-the-making/> (diakses 27/01/2019).

52 IFCN adalah jaringan media internasional yang diprakarsai oleh Poynter Institute dengan komitmen untuk mengurangi berita keliru (misinformation) dan berita palsu (fake news/hoax) melalui pemeriksaan dan penjelasan fakta secara rinci dan independen sejak tahun 2015. Ketahui lebih lengkap di <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more>, diakses 27/01/2019.

53 Tersedia di: <https://www.antaranews.com/berita/679232/media-di-indonesia-lolos-verifikasi-international-fact-checking-network> (diakses 27/01/2019).

54 Tersedia di: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories> (diakses 27/01/19).

## 2018: Kolaborasi Nasional Pemeriksaan Fakta

Menjelang pemilihan umum kepala daerah (pemilukada) serentak pada 27 Juni 2018 serta pemilihan legislatif (pileg) dan pilpres serentak pada 17 April 2019<sup>55</sup>, terdapat sedikitnya dua program kolaborasi pemeriksaan fakta di Indonesia yaitu Pemeriksaan Fakta Pihak Ketiga dan cekfakta.com.

Tepatnya 2 April 2018, Facebook Indonesia meluncurkan program Pemeriksaan Fakta Pihak Ketiga dan sekaligus menempatkan Indonesia sebagai negara pertama di Asia yang menerapkannya. Facebook Indonesia awalnya menggandeng Tirta sebagai mitra tersertifikasi IFCN<sup>56</sup>. Hingga Januari 2019, mitra yang digandeng telah bertambah dengan pelibatan lima lembaga yaitu AFP Indonesia, Kompas, Liputan6, MAFINDO, dan Tempo. Tidak saja lembaga resmi, Facebook Indonesia juga mengajak pengguna aktif untuk ikut melaporkan konten yang dinilai mengandung hoaks. Harapannya, selain mereduksi hoaks di masa pemilihan umum yang disebarkan melalui Facebook, juga dapat meningkatkan literasi digital dan berita masyarakat Indonesia<sup>57</sup>.

Satu bulan kemudian yaitu Mei 2018, MAFINDO dan beberapa media daring yang tergabung di Aliansi Jurnalis Independen (AJI) dan Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI), serta didukung oleh Google News Initiative, Internews, dan First Draft, meluncurkan proyek kolaboratif pemeriksaan fakta bernama cekfakta.com. Peluncurannya dilakukan pada 5 Mei 2018 dalam acara Trusted Media Summit 2018 yang ditandai dengan penandatanganan MoU oleh 22 pemimpin redaksi dan ketua MAFINDO<sup>58</sup>. Tujuan utamanya adalah berkolaborasi melawan penyebaran hoaks dan misinformasi di masa pemilihan umum sehingga tidak mengganggu jalannya proses demokrasi yang sehat<sup>59</sup>.

---

55 Tersedia di: <http://www.pemilu.com/pemilu-2019/> (diakses 27/01/2019).

56 Tersedia di: <https://www.thejakartapost.com/news/2018/04/02/facebook-partners-with-fact-checker-to-combat-hoaxes.html>; <https://www.idntimes.com/news/indonesia/margith-juita-damanik/3-fakta-seputar-program-fact-checker-facebook-indonesia-2/full> (diakses 27/01/2019).

57 Tersedia di: <https://www.idntimes.com/news/indonesia/margith-juita-damanik/3-fakta-seputar-program-fact-checker-facebook-indonesia-2/full> (diakses 27/01/2019).

58 Sejak Mei 2018, terdapat tambahan empat organisasi media sehingga total berjumlah 26 mitra media cekfakta.com hingga Februari 2019. Tentang cekfakta.com selengkapnya di <https://cekfakta.com/about> (diakses 27/01/2019).

59 Tersedia di: <https://www.blog.google/outreach-initiatives/google-news-initiative/cekfakta-collaborative-fact-checking-indonesia/> (diakses 27/01/2019).

## 2 Metodologi Pemeriksaan Fakta Indonesia

Pemeriksaan fakta dalam praktik jurnalisme merupakan bagian dari aktivitas untuk mencari jawaban atas keluhan masyarakat mengenai keraguan akan kebenaran suatu konten baik berupa produk jurnalistik dari media abal-abal maupun konten media sosial viral nan sensasional. Terkait dengan hal itu, proses pemeriksaan fakta ini umumnya dibentuk secara khusus dalam tim yang lazim dikenal dengan tim (jurnalis) pemeriksa fakta (*fact-checker (journalist) team*)<sup>60</sup>.

Secara praktis, pemeriksaan fakta merupakan pekerjaan kolaboratif yang melibatkan pelbagai sumber daya manusia dan teknologi. Di Tirto misalnya, pemeriksaan terhadap disinformasi dan misinformasi yang viral atau pemeriksaan fakta atas informasi yang dilontarkan oleh kandidat politik tertentu melibatkan lintas divisi yang ada di redaksi serta didukung berbagai perangkat lunak seperti CrowdTangle<sup>61</sup>. Ambil contoh pemeriksaan fakta Tirto pada debat pilpres putaran kedua Februari 2019. Sebelumnya tim telah menyiapkan *database* terkait tema/topik dan subtopik yang relevan di divisi riset. Selanjutnya *database* tersebut akan digunakan untuk memeriksa kebenaran klaim dari para kandidat. Hasil uji data ini diserahkan tim riset ke editor untuk diperiksa ulang. Hasil akhir dari editor lalu diserahkan ke tim grafis untuk didesain dan akhirnya disebarluaskan oleh tim mediasosial<sup>62</sup>. Namun tidak selalu proses pemeriksaan fakta dilakukan dengan metode yang sama, bahkan di media yang sama sekalipun. Sebagai contoh, pemeriksaan fakta yang dilakukan Tirto dalam kasus soal bendera Polandia yang dipakai oleh atlet Zohri pada Juli 2018. Proses pemeriksaannya memakan waktu yang cukup panjang hingga satu minggu karena proses verifikasi berlipat dari berbagai narasumber resmi di dua negara kala itu<sup>63</sup>.

Adapun prosedur sistematis yang digunakan oleh keempat media daring yang tergabung dalam cekfakta.com dalam melakukan pemeriksaan fakta dapat Anda temukan pada pranala berikut:

60 Pemeriksaan fakta yang tidak dilakukan di level media misalnya melalui MAFINDO, menyebut pemeriksa fakta mereka sebagai hoax buster team atau debunk team. Istilah debunk sendiri yang didefinisikan sebagai aktivitas untuk membongkar kepalsuan atau kebohongan cukup sering digunakan dalam menggambarkan proses umum dalam pemeriksaan fakta itu sendiri.

61 CrowdTangle ([crowdtangle.com](https://crowdtangle.com)) adalah platform yang dapat memetakan persebaran konten khususnya Facebook dan memprediksi potensi viralnya konten tersebut.

62 Selengkapnya di <https://nasional.kompas.com/read/2019/02/14/09305121/begini-cara-kerja-para-pencari-fakta> (diakses 23/02/2019).

63 Proses pemeriksaan fakta ini disampaikan oleh Frendy Kurniawan (pemeriksa fakta dan ketua tim riset Tirto) pada Lokakarya Konsultasi Penerjemahan dan Penulisan Konteks Indonesia untuk modul ini oleh Departemen Ilmu Komunikasi UGM dan UNESCO pada 29 Januari 2019 di Yogyakarta. Selengkapnya mengenai kasus Zohri ini dapat dibaca di <https://tirto.id/zohri-memang-memakai-bendera-polandia-cPne>.

1. Metodologi riset dari Tirto (tersedia di <https://tirto.id/insider/metodologiriset>)
2. Metode cek fakta dari Liputan6 (tersedia di <https://www.liputan6.com/pages/metode-cek-fakta>)
3. Metodologi dari Tempo (tersedia di <https://cekfakta.tempo.co/metodologi>)
4. Metode klasifikasi dari Mafindo (tersedia di <https://www.mafindo.or.id/about/metode-klasifikasi-hoax/>)

Walapun di Indonesia praktik pemeriksaan fakta ini bisa berbeda-beda, namun secara garis besar proses yang dilakukan meliputi proses identifikasi konten yang viral dan cenderung diragukan kebenarannya, pemeriksaan fakta melalui riset yang teliti, dan penyebaran hasil pemeriksaan melalui media sosial.

Tujuh klasifikasi hoaks yang diadopsi dari First Draft<sup>64</sup> dan hasil pemeriksaan fakta yang sejauh ini berhasil diperiksa dan dapat diakses melalui cekfakta.com antara lain sebagai berikut<sup>65</sup>:

1. **Satir/Parodi:** konten ini tidak ada niat jahat, namun bisa mengecoh  
Contoh: hingga Februari 2019 belum ditemukan contoh konten satir/parodi yang diperiksa
2. **False Connection:** konten ini berisi judul yang berbeda dengan isi berita  
Contoh: *Tiga Bank Besar Indonesia Jatuh ke Tangan Cina* (tersedia di <https://cekfakta.com/focus/107>)
3. **False Context:** konten disajikan dengan narasi konteks yang salah  
Contoh: *Imbas Ketidaksetaraan Kesejahteraan Gaji Pekerja Lokal dan TKA* (tersedia di <https://cekfakta.com/focus/1095>)
4. **Misleading Content:** konten dipelintir untuk menjelekkan  
Contoh: *Pria Bule yang Hadir pada Debat Pilpres Perdana ialah Konsultan Politik Prabowo-Sandi* (tersedia di <https://cekfakta.com/focus/1079>)
5. **Imposter Content:** konten mencatut nama tokoh publik tertentu  
Contoh: *Artikel Sangat Berharga: Pengakuan Jujur Jusuf Kalla, Perjuangan Moral Jokowi* (tersedia di <https://cekfakta.com/focus/1089>)

64 Tersedia di: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-dof773766c79> (diakses 27/01/2019).

65 Dari Juli hingga September 2018, MAFINDO melaporkan terdapat 230 hoaks yang tersebar melalui media sosial dan 135 di antaranya berupa hoaks politik. Tersedia di: <https://www.alinea.id/politik/230-berita-hoaks-ditemukan-di-medsos-mayoritas-isu-politik-b1U7u9e4G> (diakses 23/02/2019).

6. **Manipulated Content:** konten yang sudah ada diubah untuk mengecoh  
Contoh: *PWNU Jawa Timur Siap Memangkan Prabowo Sandi* (tersedia di <https://cekfakta.com/focus/1092>)
7. **Fabricated Content:** 100% konten palsu  
Contoh: *Ahok Resmi Dihukum Pancung* (tersedia di <https://cekfakta.com/focus/59>)

### 3. Etika Pemeriksaan Fakta

IFCN Poynter Institute selaku lembaga independen yang memberikan sertifikasi pemeriksa fakta menerapkan lima dimensi penilaian yang ketat: berkomitmen pada nonpartisan dan keberimbangan (*nonpartisanship and fairness*); berkomitmen pada transparansi sumber (*transparency of sources*); berkomitmen pada transparansi pendanaan dan organisasi (*transparency of funding and organization*); berkomitmen pada transparansi metodologi (*transparency of methodology*); dan berkomitmen pada perbaikan kebijakan yang terbuka dan jujur (*an open and honest corrections policy*)<sup>66</sup>. Kelima dimensi ini merupakan kesepakatan dari seluruh lembaga pemeriksa fakta di dunia yang disarikan sebagai pedoman bersama dalam melakukan pemeriksaan fakta setiap harinya. Lima kriteria penilaian tersebut mengingatkan pada Kode Etik Jurnalistik (KEJ) dari Dewan Pers Indonesia<sup>67</sup> sebagai landasan moral dan etika profesi dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas jurnalisisme. Secara spesifik, pedoman etis KEJ dalam konteks pemeriksaan fakta antara lain:

1. Pasal 1: wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.
2. Pasal 3: Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.
3. Pasal 4: Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.
4. Pasal 10: Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.

<sup>66</sup> Tersedia di: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles> (diakses 27/01/2019).

<sup>67</sup> Tersedia di <https://dewanpers.or.id/kebijakan/peraturan> (diakses 23/02/2019).

Pemeriksaan fakta bukan saja perihal kognisi dan teknis untuk membedakan fakta dan tidak, namun juga merupakan proses kerja etis yang akan memandu bagaimana proses pemeriksaan dilakukan secara jujur dan transparan serta hasilnya dapat dimanfaatkan untuk kepentingan bersama dan tidak berat sebelah pada satu sisi saja.

#### 4. Peluang dan Tantangan Pemeriksaan Fakta di Indonesia

Peluang dan tantangan utama pemeriksaan fakta di Indonesia sejauh ini adalah keterbatasan sumber daya dalam memeriksa luapan disinformasi dan misinformasi. Sebagaimana yang diakui MAFINDO dan Tirta, bahwa hoaks bisa sudah tersebar puluhan kali ketika tim baru berhasil menghasilkan satu atau beberapa pemeriksaan. Bahkan hal yang paling ironis adalah hasil pemeriksaan fakta tersebut hanya dibagikan dalam jumlah yang sangat sedikit dibandingkan dengan jumlah hoaks yang dibagikan<sup>68</sup>.

Menyadari bahwa disinformasi dan misinformasi bertambah dengan sangat cepat dan tidak sebanding dengan kecepatan proses pemeriksaannya sendiri, maka tidak ada salahnya kita ikut menjadi bagian untuk memberantas penyebarannya sendiri dengan mempertimbangkan beberapa langkah-langkah berikut:

1. Mengidentifikasi berbagai jenis disinformasi dan misinformasi melalui ciri-ciri berikut:
  - a. Biasanya diawali dengan judul yang sugestif, heboh, dan provokatif
  - b. Biasanya disertai dengan huruf kapital dan tanda seru
  - c. Biasanya foto yang dipakai tidak dalam kualitas yang baik
  - d. Kerap mencatut nama tokoh/lembaga terkenal
  - e. Terkesan tidak masuk akal dan umumnya disertai dengan hasil penelitian palsu
  - f. Tidak muncul di media berita arus utama
2. Mengikuti grup diskusi aktif melawan disinformasi dan misinformasi di antaranya:
  - a. FAFHH (<https://www.facebook.com/groups/fafhh/>)
  - b. Indonesian Hoax Buster (<https://www.facebook.com/groups/IndoHoaxBuster/>)

---

68 Hal ini diutarakan oleh Giri Lumakto (anggota riset MAFINDO Solo) dan Frendy Kurniawan (pemeriksa fakta dan ketua tim riset Tirta) pada Lokakarya Konsultasi Penerjemahan dan Penulisan Konteks Indonesia untuk modul ini oleh Departemen Ilmu Komunikasi UGM dan UNESCO pada 29 Januari 2019 di Yogyakarta. Pengakuan serupa diutarakan Muhammad Khairil Haesy (*hoax buster* Mafindo Jakarta) dan dapat dibaca di [https://www.vice.com/id\\_id/article/59v43d/beginilah-perang-penyabar-hoaks-dan-mereka-yang-menangkalnya-jelang-pemilu](https://www.vice.com/id_id/article/59v43d/beginilah-perang-penyabar-hoaks-dan-mereka-yang-menangkalnya-jelang-pemilu) (diakses 23/02/2019).

- c. Indonesian Hoaxes (<https://www.facebook.com/TurnBackHoax/>)
  - d. Sekoci (<https://www.facebook.com/groups/icokes/>)
3. Memeriksa dan melaporkan disinformasi dan misinformasi melalui laman atau aplikasi:
- a. Cekfakta (<https://cekfakta.com/>)
  - b. Stophoax (<https://stophoax.id/>)
  - c. Turnbackhoax (<https://turnbackhoax.id/>)
  - d. Google Chrome Extension WhatsApp Hoax Buster (<https://mafindo.gitbook.io/whatsapp-hoax-buster/>)
  - e. Aplikasi Hoax Buster Tools (HBT) yang tersedia gratis di Google Play

Dengan semakin meningkatnya kesadaran warga untuk lebih bijak dan tidak mudah menyebarkan disinformasi dan misinformasi, maka diharapkan dapat menekan drastis jumlahnya serta dapat kembali menciptakan iklim informasi yang lebih kondusif di bidang pemeriksaan fakta secara khusus dan jurnalisme secara umum. ❖

# **KONTEN MEDIA SOSIAL UNTUK KONTEN JURNALISTIK: VERIFIKASI ADALAH KUNCI**

Zainuddin Muda Z. Monggilo

---

Modul ini menekankan verifikasi sebagai salah satu kunci dalam menghadapi disinformasi dan misinformasi, khususnya pada konten media sosial untuk konten jurnalistik. Urgensi verifikasi ini pada dasarnya merupakan bagian dari aspek ideologis yang dipercayai sudah dan harus terus melembaga dalam praktik jurnalisme di mana pun. Prinsipnya ditinjau kembali dan disertai dengan beberapa langkah praktis yang dapat diimplementasikan oleh jurnalis dan pembelajar jurnalisme secara khusus serta masyarakat secara umum di Indonesia.

## **1. Jurnalis, Media Sosial, dan Verifikasi**

Menurut hasil survei Dewan Pers terhadap 157 responden jurnalis di 21 kota di Indonesia mengenai penggunaan konten media sosial untuk kerja jurnalis (2012), terungkap bahwa 58% jurnalis menggunakan Facebook sebagai pilihan teratas untuk mencari sumber berita, dan 46% lainnya memilih Twitter. Meski menjadikannya sebagai sumber berita, sebanyak 75% jurnalis menyatakan tetap melakukan verifikasi secara menyeluruh terhadap informasi di media sosial yang akan dijadikan bahan berita. Verifikasi sebagian dilakukan oleh sebanyak 14% jurnalis. Sementara hanya 8% saja yang melakukan verifikasi jika informasi dari media sosial tersebut berpotensi merugikan narasumber<sup>69</sup>.

Peningkatan pengguna dan pemanfaatan media sosial dari tahun ke tahun juga diikuti dengan dinamika penggunaan media sosial dalam praktik jurnalisme di Indonesia. Walaupun survei Dewan Pers tersebut menemukan bahwa sebagian besar jurnalis masih melakukan disiplin dalam memverifikasi konten media sosial, namun tampaknya dengan kian maraknya produksi dan penyebaran disinformasi dan misinformasi belakangan ini dapat mengganggu keamanan proses verifikasi dan kualitas konten jurnalisme yang dihasilkan.

---

69 Tersedia di: [https://dewanpers.or.id/publikasi/opini\\_detail/65/Interaksi\\_Jurnalis\\_dengan\\_Media\\_Sosial](https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/65/Interaksi_Jurnalis_dengan_Media_Sosial) (diakses 27/01/2019).



Hal ini ditegaskan oleh Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo bahwa selama sekitar 2,5 tahun terakhir, jurnalis Indonesia dibayangi oleh berita-berita palsu yang menutupi fakta kebenaran yang diungkapkan oleh media arus utama. Hal ini kian diperparah dengan ujaran kebencian yang menyulut konflik dan radikalisme terkait suku, agama, dan ras di Indonesia. Penyebarannya pun kian masif dan cepat melalui media sosial. Akibatnya tidak saja pada penurunan kualitas berita yang diproduksi jurnalis/media secara spesifik, tetapi lebih luas lagi pada penurunan kepercayaan masyarakat terhadap otoritas publik<sup>70</sup>.

Menyadari fenomena ini, setiap jurnalis idealnya mampu menjalankan proses verifikasi yang lebih ketat dan sistematis daripada sebelumnya. Proses verifikasi yang tidak biasa ini dikarenakan oleh ekosistem digital yang sudah terbentuk bahwa jurnalis tidak bisa melepaskan pekerjaannya dari media sosial dalam pencarian ide, penulisan dan pengembangan agenda berita, serta penyebarluasannya<sup>71</sup>. Selain itu, media resmi dan asosiasi profesi jurnalis juga perlu menyediakan dukungan teknis (seperti penyediaan perangkat lunak dan pelatihan teknis penggunaannya dalam memeriksa dan memvalidasi konten media sosial) maupun nonteknis (salah satunya adalah penegakan kebijakan redaksi yang komitmennya pada fakta dan kebenaran) secara konsisten agar konten pemberitaan yang dihasilkan tetap berkualitas.

## 2. Prinsip Verifikasi dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber Dewan Pers

Dewan Pers telah mengatur pentingnya verifikasi untuk mewujudkan kualitas pemberitaan, salah satunya melalui Pedoman Pemberitaan Media Siber yang diratifikasi pada 3 Februari 2012<sup>72</sup>. Disiplin verifikasi yang diatur dapat diamati pada Bagian 2 Verifikasi dan Keberimbangan Berita sebagai berikut:

- a. Pada prinsipnya setiap berita harus melalui verifikasi.
- b. Berita yang dapat merugikan pihak lain memerlukan verifikasi pada berita yang sama untuk memenuhi prinsip akurasi dan keberimbangan.
- c. Ketentuan dalam butir (a) di atas dikecualikan, dengan syarat:
  1. Berita benar-benar mengandung kepentingan publik yang bersifat mendesak;
  2. Sumber berita yang pertama adalah sumber yang jelas disebutkan identitasnya, kredibel dan kompeten;

70 Tersedia di: <https://tirto.id/dewan-pers-tahun-politik-jadi-tantangan-jurnalis-indonesia-cEvY> (diakses 23/02/2019).

71 Tersedia di: [https://www.bbc.com/indonesia/majalah/2014/11/141128\\_majalah\\_Jain\\_media](https://www.bbc.com/indonesia/majalah/2014/11/141128_majalah_Jain_media) (diakses 23/02/2019).

72 Tersedia di: <https://dewanpers.or.id/kebijakan/pedoman> (diakses 27/01/2019).

3. Subjek berita yang harus dikonfirmasi tidak diketahui keberadaannya dan atau tidak dapat diwawancarai;
  4. Media memberikan penjelasan kepada pembaca bahwa berita tersebut masih memerlukan verifikasi lebih lanjut yang diupayakan dalam waktu secepatnya. Penjelasan dimuat pada bagian akhir dari berita yang sama, di dalam kurung dan menggunakan huruf miring.
- d. Setelah memuat berita sesuai dengan butir (c), media wajib meneruskan upaya verifikasi, dan setelah verifikasi didapatkan, hasil verifikasi dicantumkan pada berita pemutakhiran (*update*) dengan tautan pada berita yang belum terverifikasi.

Walaupun belum secara khusus mengatur tentang tahapan verifikasi konten media sosial untuk produk jurnalistik, pedoman pemberitaan media siber ini tetaplah relevan dalam memberikan fondasi mendasar atas urgensi verifikasi dalam praktik jurnalisme.

Penitikberatan verifikasi tidak saja pada wajibnya proses ini dilakukan, namun juga implikasinya pada aspek akurasi dan keberimbangan berita. Kedua aspek tersebut secara bersama-sama menjamin bahwa berita yang dihasilkan disusun atas fakta yang valid dan tidak berat sebelah. Akan tetapi, ketentuan verifikasi yang diatur bisa menjadi dua sisi mata pisau. Hal ini karena adanya potensi penyelewengan atas butir (c) tentang pengecualian verifikasi khususnya untuk poin nomor 1 dan 4 dan butir (d) tentang upaya verifikasi dan pemutakhirannya.

Disadari memang bahwa kendala utama dalam verifikasi cenderung disebabkan oleh kelalaian (*human error*) dan kendala teknis lainnya yang terjadi di ruang redaksi. Sementara itu, tidak setiap pembaca memahami aturan ini serta memiliki ketelitian dan kecermatan pengamatan. Namun demikian, idealnya tidak ada alasan untuk melalaikan ketentuan verifikasi. Temuan eror harus sesegera mungkin dijadikan catatan pendisiplinan verifikasi dan koreksi di kalangan jurnalis/media. Asosiasi profesi, institusi pendidikan tinggi, dan khalayak umum juga diharapkan untuk turut aktif mengawasi dan mengadukan kepada Dewan Pers dan/atau media yang bersangkutan agar tidak ada produk jurnalistik yang lolos dari ketentuan verifikasi yang ketat.

### 3. Verifikasi (Tabayyun) Konten Media Sosial Majelis Ulama Indonesia

Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam Fatwa Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial menjelaskan bagaimana

proses verifikasi atau tabayyun dari konten media sosial dilakukan<sup>73</sup>. Secara berurutan, langkah *memverifikasi konten/informasi dari media sosial* dijabarkan sebagai berikut:

1. *Setiap orang yang memperoleh konten/informasi melalui media sosial (baik yang positif maupun negatif) tidak boleh langsung menyebarkannya sebelum diverifikasi dan dilakukan proses tabayyun serta dipastikan kemanfaatannya.*
2. *Proses tabayyun terhadap konten/informasi bisa dilakukan dengan langkah sebagai berikut:*
  - a. *Dipastikan aspek sumber informasi (sanad)nya, yang meliputi kepribadian, reputasi, kelayakan dan keterpercayaannya.*
  - b. *Dipastikan aspek kebenaran konten (matan)nya, yang meliputi isi dan maksudnya.*
  - c. *Dipastikan konteks tempat dan waktu serta latar belakang saat informasi tersebut disampaikan.*
3. *Cara memastikan kebenaran informasi antara lain dengan langkah:*
  - a. *Bertanya kepada sumber informasi jika diketahui.*
  - b. *Permintaan klarifikasi kepada pihak-pihak yang memiliki otoritas dan kompetensi.*
4. *Upaya tabayyun dilakukan secara tertutup kepada pihak yang terkait, tidak dilakukan secara terbuka di ranah publik (seperti melalui grup media sosial), yang bisa menyebabkan konten/informasi yang belum jelas kebenarannya tersebut beredar luar ke publik.*
5. *Konten/informasi yang berisi pujian, sanjungan, dan atau hal-hal positif tentang seseorang atau kelompok belum tentu benar, karenanya juga harus dilakukan tabayyun.*

Pedoman versi MUI memang dengan gamblang menyinggung bagaimana kita seharusnya dapat melakukan verifikasi mandiri atas konten/informasi yang didapatkan dari media sosial. Hal yang penting diverifikasi adalah sumber, maksud/tujuan konten, serta latar belakang (termasuk waktu dan tempat) konten/informasi tersebut disampaikan. Bahkan, prasangka atas konten yang bermuatan positif tentang suatu tokoh atau grup perlu dimunculkan sebagai bagian dari langkah verifikasi.

73 Tersedia di: <https://mui.or.id/wp-content/uploads/2017/06/Fatwa-No.24-Tahun-2017-Tentang-Hukum-dan-Pedoman-Bermuamalah-Melalui-Media-Sosial.pdf> (diakses 27/01/2019).

#### 4. Prinsip Umum Verifikasi Konten Media Sosial

Jika kita kombinasikan aturan verifikasi Dewan Pers dan MUI, maka terdapat kesamaan pokok dalam verifikasi konten media sosial yaitu memastikan maksud/tujuan konten (aspek apa (what)) serta sumber (aspek siapa (who)) dari konten tersebut. Singkatnya, isi dari konten yang diunggah oleh individu/kelembagaan/ lembaga melalui akun media sosial merupakan bahan pertimbangan dalam memverifikasi bahwa konten dari media sosial tersebut benar, laik, dan dapat bermanfaat bagi masyarakat ketika diberitakan.

Prinsip-prinsip umum berikut dapat memandu Anda dalam melakukan verifikasi konten media sosial:<sup>74</sup>

1. Keaslian konten

Prinsip ini menuntut Anda untuk memastikan bahwa konten media sosial yang Anda temukan benar-benar disampaikan oleh tokoh/kelembagaan/ lembaga yang asli/resmi. Media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram misalnya, menandai akun yang resmi dengan tanda centang biru sebagai simbol sudah terverifikasi. Jika Anda mendapatkannya melalui aplikasi berbagi pesan seperti WhatsApp atau Line, maka Anda perlu mengetahuinya secara utuh mulai dari nomor pengirim yang tertera dan bisa dihubungi, foto (akun) jelas jika ada, waktu terakhir akun tersebut *online*, serta pesan yang lengkap.

2. Sumber konten

Mengonfirmasi langsung kepada sumber yang dikutip melalui detail informasi yang diberikan melalui akun tersebut adalah aspek selanjutnya. Melalui bantuan perangkat lunak tertentu, Anda bahkan dapat menelusuri kembali akun mana yang pertama kali mengeluarkan konten tersebut. Selain itu, penting juga untuk dipastikan posisi akun tersebut apakah akun resmi yang dikelola personal, tim manajemen resmi, atau akun palsu yang berupa *bot* atau *buzzer*. Dengan mengetahuinya, Anda terbantu untuk mengetahui maksud dari konten yang disampaikan serta apakah konten yang diunggah merepresentasikan pandangan pribadi atau kelompok.

3. Waktu publikasi konten

Perhatikan tanggal unggah konten dan juga perhatikan keterangan status atau deksripsi konten sebab bisa saja konten tersebut bukan konten *real-time* melainkan unggahan dari sehari-hari sebelumnya (*late post*).

---

74 Prinsip-prinsip ini dikombinasikan dari prosedur verifikasi konten media sosial yang dilakukan oleh Kompas dalam acara Festival Rumah Pemilu 29 November 2018 di Universitas Gadjah Mada, Tirta (melalui Frendy Kurniawan, pemeriksa fakta dan ketua tim riset) pada Lokakarya Konsultasi Penerjemahan dan Penulisan Konteks Indonesia untuk modul ini oleh Departemen Ilmu Komunikasi UGM dan UNESCO pada 29 Januari 2019 di Yogyakarta serta berbagai sumber daring di antaranya <https://verificationhandbook.com/book/chapter2.php> (diakses 27/01/2019); <https://www.bbc.co.uk/academy/id/articles/art20181109150809378>, (diakses 23/02/2019); <https://www.bbc.co.uk/academy/id/articles/art20181109151254223> (diakses 23/02/2019).

#### 4. Lokasi konten

Fitur *geo-tagging* membantu dalam memeriksa lokasi meski mungkin tidak semua akun mengaktifkannya. Jika Anda menemukan konten media sosial yang tidak mencantumkan lokasi tersebut, Anda dapat mencoba memeriksa info lokasi yang biasanya diletakkan pada info profil suatu akun. Selain itu, Anda bisa mulai melihat konten-konten visual berupa foto/gambar/video yang sudah pernah diunggah akun tersebut dan memeriksa statusnya (*caption*) untuk memprediksi lokasinya. Cara memprediksinya adalah dengan memperhatikan ciri khusus yang manifes seperti bangunan mencolok, rambu/nama jalan, plat kendaraan, dan dialek (jika dalam video).

#### 5. Peluang dan Tantangan Verifikasi

Verifikasi selain dimaknai secara ideologis sebagai prinsip jurnalisme, juga merupakan kecakapan yang sifatnya prosedural. Namun sayangnya, dimensi ideologis dan kecakapan ini nyatanya masih menghadapi kendala-kendala di lapangan.

Terdapat sedikitnya dua tantangan sekaligus peluang dalam verifikasi yaitu pertama kompetensi dan kapabilitas dari jurnalis di Indonesia yang masih bervariasi dan kemampuan operasional jurnalis yang masih terbatas<sup>75</sup>. Dari sisi kompetensi dan kapabilitas jurnalis, hasil uji kompetensi jurnalis yang dilakukan menemukan bahwa di beberapa daerah masih jauh dari standar baku. Sedangkan dari segi

kemampuan operasional, masih terbatasnya jurnalis yang benar-benar paham dan terbiasa mengoperasikan berbagai perangkat lunak yang tersedia untuk memverifikasi konten media sosial, juga menjadi tantangan tersendiri. Di samping itu, keterbatasan operasional ini juga bisa dimaknai dengan kondisi jurnalis di daerah yang tidak seluruhnya dibekali dengan standarisasi alat peliputan yang memadai. Olehnya itu, salah satu strategi yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan pelatihan yang lebih intensif dan merata untuk seluruh jurnalis di Indonesia dalam berbagai model baik itu daring maupun luring dengan dukungan berbagai materi pelatihan yang dibuat secara berjenjang. Modul UNESCO ini diharapkan dapat menjadi pedoman awal untuk itu. ❖

75 Hal ini disampaikan oleh Susilastuti (Dosen Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta yang juga anggota Tim Uji Sertifikasi Kompetensi Jurnalis Indonesia) dan Abdul Manan (Ketua Aliansi Jurnalis Independen Indonesia) pada Lokakarya Konsultasi Penerjemahan dan Penulisan Konteks Indonesia untuk modul ini oleh Departemen Ilmu Komunikasi UGM dan UNESCO pada 29 Januari 2019 di Yogyakarta.

# INTIMIDASI DAN PELECEHAN DARING TERHADAP JURNALIS

Novi Kurnia

---

Sebagaimana di negara lain, jurnalis di Indonesia juga mengalami intimidasi dan pelecehan daring sebagai konsekuensi dari persoalan disinformasi dan misinformasi di dunia maya. Menurut data yang dikumpulkan oleh Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI), pada 2018 terdapat 64 kasus kekerasan terhadap jurnalis di Indonesia, dengan tiga di antaranya berupa intimidasi dan pelecehan daring.<sup>76</sup>

Dua tahun sebelumnya, pada 2016 terjadi kasus kekerasan terhadap Febriana Firdaus, jurnalis Rappler.com. Febriana mengalami intimidasi dan pengusiran saat meliput Simposium Nasional “Mengamankan Pancasila dari Ancaman Kebangkitan PKI dan Ideologi Lain” di Jakarta pada 2 Juni 2016.<sup>77</sup> Pengusiran Febriana dilakukan oleh sekelompok orang yang menggunakan atribut Front Pembela Islam (FPI) dan Gerakan Bela Negara. Pengusiran ini merupakan bentuk intimidasi dan pelecehan terhadap jurnalis yang sedang menjalankan tugasnya. Alasan pengusiran yang disertai dengan caci maki ini adalah karena ketidaksukaan kelompok pengusir terhadap pemberitaan di Rappler.com. Sebagaimana yang dialami Desi, intimidasi dan pelecehan terhadap Febriana tak hanya terjadi di dunia nyata namun juga di dunia maya. Foto kekerasan yang dialami Febriana juga disebarakan melalui media sosial, khususnya di Twitter.<sup>78</sup>

Pada 2017, jurnalis harian TopSkor, Zulfikar Akbar, menulis di akun pribadinya di Twitter tentang penolakan pendakwah, Abdul Somad, masuk ke Hongkong yang sebaiknya disikapi dengan instropeksi dan bukan menyalahkan negara lain<sup>79</sup>. Cuitan pribadi ini memancing kemarahan sejumlah pendukung Abdul Somad.

---

76 Duillah, I. (2018). Catatan akhir tahun 2018: *Jurnalis dibayangi persekusi dan kekerasan fisik*. 31 Desember 2018. Tersedia di: <https://aji.or.id/read/press-release/887/catatan-akhir-tahun-2018-jurnalis-dibayangi-persekusi-dan-kekerasan-fisik.html> (diakses 21 Januari 2019).

77 Lihat selengkapnya dalam Faiz, A. (3 Juni 2016). *AJI Kecam FPI yang intimidasi jurnalis di simposium anti-PKI*. Tempo. Tersedia di: <https://nasional.tempo.co/read/776580/aji-kecam-fpi-yang-intimidasi-jurnalis-di-simposium-anti-pki> (diakses 6 Januari 2019).

78 Lihat selengkapnya dalam Utomo, W. P. (2017). *Intimidasi dan pelecehan terhadap jurnalis*, Remotivi 17 Februari 2017. Tersedia di: <http://www.remotivi.or.id/kabar/360/Intimidasi-dan-Pelecehan-terhadap-Jurnalis>. (diakses 3 Januari 2019).

79 Manan, Abdul (2018). *Ancaman baru dari digital: Laporan tahunan AJI 2018*. Jakarta: AJI. Hlm. 9-12.

Meskipun TopSkor mengklarifikasi bahwa komentar Zulfikar adalah komentar personal yang tak berhubungan dengan TopSkor, seruan boikot terhadap TopSkor tetap ramai di media sosial. Kasus ini membuat Zulfikar berhenti bekerja sebagai jurnalis di TopSkor, dengan kontroversi ia dipecat atau mengundurkan diri. Persekusi daring ini dianggap oleh AJI sebagai salah satu model ancaman baru terhadap jurnalis di era media digital.

Kasus kekerasan terhadap jurnalis pada 2017 juga dialami oleh Desi Fitriani, jurnalis Metro TV. Desi mendapatkan tekanan berupa pengusiran oleh massa dalam aksi 11 Februari 2017 di Masjid Istiqlal, Jakarta. Tak hanya diusir dan diteriaki, “Usir Metro TV tukang tipu”, Desi juga sempat dipukul di bagian punggung dan kepala oleh massa—meskipun Desi dikawal tim keamanan. Bahkan, juru kamera yang menemani Desi juga ikut ditendang dan diludahi.<sup>80</sup> Intimidasi dan pelecehan secara fisik terhadap jurnalis Metro TV ini berlanjut ke dunia maya dengan tersebarnya di media sosial beberapa foto dan video aksi kekerasan terhadap Desi dan juru kameranya oleh massa. Salah satu gambar membandingkan wajah Desi dan wajah wartawan lain dengan keterangan gambar “wajah sebelum dan sesudah dipukul”. Tujuan pembuatan dan penyebaran gambar tersebut tentu saja untuk memojokkan jurnalis Metro TV yang dianggap *playing victim* sekaligus untuk mengaburkan bahwa tidak ada aksi kekerasan terhadap Desi dan juru kameranya<sup>81</sup>.

Kasus lain pada 2017 dialami oleh RF, jurnalis Detik.com. RF diintimidasi dan diinterogasi oleh sekelompok peserta Aksi Bela Tauhid karena mengambil gambar sampah saat aksi terjadi. Tak hanya dipersekusi saat melangsungkan tugas jurnalistiknya, video RF saat dipersekusi kemudian disebar ke media sosial seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan pesan berantai melalui WhatsApp. Bahkan, data pribadi RF berupa KTP dan kartu pers turut diunggah dengan disertai ancaman kekerasan<sup>82</sup>.

Pada 2018, Kartika Prabarini, jurnalis Kumparan.com, mendapatkan ancaman di akun Instagram karena karya jurnalistiknya yang berupa liputan khusus berjudul “Menjinakkan Rizieq”. Kartika adalah salah satu reporter yang menulis liputan tersebut. Ancaman dilakukan oleh pendukung Rizieq Shihab karena Kartika dianggap lalai membubuhkan kata “habib” sebelum nama junjungan mereka di pemberitaan Kumparan. Tak hanya identitas gender dan penampilan Kartika

80 Lihat selengkapnya dalam Utomo, W. P. (17 Februari 2017). *Intimidasi dan pelecehan terhadap jurnalis*. Remotivi. Tersedia di: <http://www.remotivi.or.id/kabar/360/Intimidasi-dan-Pelecehan-terhadap-Jurnalis>. (diakses 3 Januari 2019).

81 Ibid.

82 Lihat selengkapnya dalam Dariyanto, E. (4 November 2018). *AJI Jakarta kecam intimidasi terhadap jurnalis*. detikNews. Tersedia di: <https://news.detik.com/berita/d-4287165/aji-jakarta-kecam-intimidasi-terhadap-jurnalis>. (diakses 18 Februari 2019).

dijadikan bahan pelecehan di Instagram, pengikut Rizieq juga melaporkan kasus tersebut ke Bareskrim Mabes Polri. Kasus ini akhirnya dianggap selesai setelah redaksi Kumparan meminta maaf dan menambahkan kata “habib” dalam pemberitaan selanjutnya.<sup>83</sup> Jenis intimidasi dan pelecehan yang diterima Kartika ini disebut doxing karena identitas personalnya dibongkar untuk kemudian digunakan sebagai materi intimidasi dan pelecehan di dunia maya.

Menurut Abdul Manan, Ketua AJI Indonesia, jumlah kekerasan terhadap jurnalis yang semakin tinggi menunjukkan bahwa iklim kebebasan pers di Indonesia masih belum membaik. Hal ini terbukti dari peringkat indeks kemerdekaan pers Indonesia di level internasional yang masih berada di level 124 pada 2017<sup>84</sup>.

Kekerasan dan pelecehan daring terhadap jurnalis di Indonesia selama ini masih belum bisa diselesaikan dengan baik karena hambatan internal dan eksternal. Hambatan internal berasal dari lemahnya perlindungan hukum terhadap kebebasan pers termasuk dalam proses kerja jurnalistik oleh negara, asosiasi jurnalis, maupun institusi media. Sedangkan hambatan eksternal bermula pada pengabaian hak jurnalis dalam melakukan pekerjaannya secara profesional maupun personal. Secara profesional, jurnalis sering mendapatkan tekanan terkait fakta yang dianggap tidak sesuai dengan kepentingan politik kelompok intoleran tertentu. Sedangkan secara personal, jurnalis sering mendapatkan tekanan fisik maupun psikologis karena identitas mereka, baik gender maupun identitas lainnya, sering kali digunakan sebagai materi intimidasi yang disebarluaskan di dunia maya<sup>85</sup>.

Meskipun begitu, kasus konflik jurnalis dengan komunitas Info Cegatan Jogja (ICJ) sempat memunculkan upaya kolaboratif jurnalis melawan pelecehan daring. Pada 15 Januari 2019, puluhan jurnalis dari berbagai media di Yogyakarta berkumpul di gedung Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Yogyakarta untuk membentuk tim advokasi untuk melakukan upaya hukum dalam rangka melindungi profesi jurnalis.<sup>86</sup> Kasus ini dimulai dari pelecehan daring terhadap Gunanto Farhan, jurnalis MNC yang dianggap sebagai penyebar hoaks terkait unggahan Yanto Sumantri, admin grup publik Facebook ICJ.<sup>87</sup> Dalam akun yang

---

83 Lihat selengkapnya dalam Manan, Abdul (2018). *Ancaman baru dari digital: Laporan tahunan AJI 2018*. Jakarta: AJI. Hlm. 12.

84 Manan, Abdul (2018). *Ancaman Baru dari Digital: Laporan Tahunan AJI 2018*. Jakarta: AJI

85 Meningkatnya tekanan kelompok intoleran yang mengakibatkan semakin tingginya jumlah kekerasan daring terhadap jurnalis Indonesia didiskusikan oleh sejumlah akademisi, pegiat literasi digital, jurnalis, dan lembaga pendidikan jurnalisisme dalam Lokakarya Konsultasi Penerjemahan dan Penulis Konteks Indonesia untuk modul ini. Lokakarya ini merupakan kerjasama antara UNESCO dan Departemen Ilmu Komunikasi UGM pada 29 Januari 2019 di Yogyakarta.

86 Syarifudin, A. (15 Januari 2019). Buntut berita MNC Yogya yang dipersoalkan, wartawan bentuk tim advokasi. *Tribun Jogja.com*. Tersedia di: <http://jogja.tribunnews.com/2019/01/15/buntut-berita-mnc-yogya-yang-dipersoalkan-wartawan-se-diy-bentuk-tim-advokasi>. (diakses 25 Januari 2019).

87 Anshori, R. (15 Januari 2019). Ketika profesi jurnalis dituding sebar hoaks oleh warganet. *Beritagar*. Tersedia di: <https://www.tagar.id/ketika-profesi-jurnalis-dituding-sebar-hoaks-oleh-warganet> (diakses 25 Januari 2019).



beranggotakan hampir 1 juta anggota ini, Yanto menuduh MNC Lintas iNews Jogja menyebarkan hoaks dalam pemberitaan mengenai aksi anti-kekerasan di jalanan. Namun, KPID Yogyakarta menyatakan bahwa tidak ada hoaks dan tidak ada pelanggaran etika jurnalistik maupun penyiaran dalam video pemberitaan tersebut. Kasus yang akhirnya berujung damai ini menunjukkan bahwa sebagian warga mudah tersulut emosi jika mendapatkan berita tidak sesuai dengan keinginan individu atau kelompoknya karena pemahaman mereka terhadap proses, kaidah, etika jurnalistik dan profesionalisme jurnalis masih rendah<sup>88</sup>.

Oleh karena itu, tantangan di masa depan untuk mengatasi dan mencegah intimidasi dan pelecehan daring terhadap jurnalis di Indonesia semakin tinggi. Terdapat beberapa strategi yang bisa dilakukan oleh jurnalis maupun media berita untuk mengelola kekerasan daring terhadap jurnalis yang bisa dilakukan secara individual, institutional, dan kolaboratif. Secara individual, jurnalis sebaiknya menahan diri untuk tidak terlalu sensitif berkomentar terkait persoalan polarisasi yang beredar di masyarakat. Secara institusional, media sebaiknya melakukan beberapa upaya: memperhatikan mekanisme mitigasi risiko terhadap berita sebelum dipublikasikan, lebih aktif mengajak pembaca untuk memahami proses kerja jurnalistik, membuat pelatihan keamanan digital untuk jurnalis dan membuat mekanisme bantuan keamanan dan konsultasi psikologis agar jurnalis yang mendapatkan kekerasan daring bisa segera dibantu. Secara kolaboratif, jurnalis, asosiasi jurnalis, dan media sebaiknya bekerja sama untuk meningkatkan solidaritas bersama baik dengan cara meliput atau menyuarakan tindakan intimidasi dan pelecehan daring terhadap jurnalis. Kolaborasi ini juga bisa dilakukan dalam hal pendampingan terhadap korban dan melakukan perlawanan terhadap pelaku kekerasan. ❖

88 Adikara, G. J. (18 Januari 2019). *Menengahi konflik wartawan-icj*. *HarianJogja.com*. Tersedia di: <https://opini.harianjogja.com/read/2019/01/18/543/965844/opini-menengahi-konflik-wartawan-icj>. (diakses 21 Februari 2019).

