

Era Post-Truth: Melawan Hoax dengan Fact Checking

Dudi Hartono

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
bungdudi@gmail.com

Abstract: *Hoax, fake news and false news is now a necessity that must be faced by people in this digital era. The production of false or false news can not be separated from the post-truth phenomenon, where truth no longer relies on fact but on subjective perspective (politics, religion, class, etc.). This phenomenon has put people into a situation of mutual suspicion. Audience can no longer tell which news or information is valid, which one is hoaxes. Post-truth phenomena can not be resisted by clarifying, because the opposite of post-truth is not the truth itself. Fact checking is the main instrument against post-truth.*

Keywords: *Hoax; Fact Checking; New Media dan Netizen; Post-Truth.*

Abstrak: *Hoax, fake news dan false news saat ini menjadi sebuah keniscayaan yang harus dihadapi masyarakat di era digital ini. Produksi berita palsu atau bohong tersebut tidak lepas dari fenomena post-truth, dimana kebenaran tidak lagi bersandar pada fakta melainkan pada perspektif subjektif (politik, agama, golongan, dst). Fenomena ini telah menempatkan masyarakat kepada situasi saling mencurigai. Khalayak tidak lagi dapat membedakan mana berita atau informasi valid, mana yang hoax. Fenomena post-truth tidak bisa dilawan dengan melakukan klarifikasi, karena lawan post-truth bukan kebenaran itu sendiri. Fact checking adalah instrument utama dalam melawan post-truth.*

Kata Kunci: *Hoax; Fact Checking; New Media dan Netizen Post-Truth.*

Pendahuluan

Kencangnya arus informasi di era digital yang begitu masif menyebabkan masyarakat yang terkoneksi dengan media daring menerima luberan informasi yang begitu hebat. Luberan informasi seperti ini tentu saja bisa dipandang sebagai sesuatu yang menguntungkan karena masyarakat sebagai khalayak informasi memiliki banyak alternatif informasi tentang sebuah masalah. Problem yang muncul dari situasi semacam ini adalah menyangkut kualitas dan kredibilitas isi dari informasi yang diterima masyarakat itu sendiri. Satu persoalan tadi masih ditambah

dengan miskinnya literasi yang dipunyai masyarakat secara umum. Hal ini membuat mereka tentu saja tidak dapat menimbang, memilah atau bahkan menilai mana informasi yang sah mana yang bukan. Masyarakat tidak memiliki kecakapan dalam menentukan mana informasi yang benar (*real news*), mana yang palsu (*fake news*), dan mana yang keliru (*false news*). Situasi semacam inilah yang kemudian menyuburkan perkembangan *hoax* di tengah masyarakat. *Hoax* diartikan sebagai sebuah berita bohong dengan memutarbalikan fakta yang sengaja diproduksi tujuan membangun opini untuk kepentingan pembuatnya.

Hoax tentu saja akan membuat mereka yang terpapar akan salah mengambil keputusan karena berdasarkan pada informasi palsu (*fake news*) ataupun keliru (*false news*).

Fenomena kemunculan *hoax* tidak bisa dilepaskan dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat. Jaringan internet berikut sarana media baru (*new media*) telah mengubah hubungan khalayak (*audience*) dengan media. Berbagai platform media baru yang populer disebut media sosial (*social media*) telah membuat hubungan khalayak dan media berada dalam hubungan interaktif. Pergeseran karakteristik khalayak luringsbagai penikmat atau konsumen informasi (objek pasif) menjadi khalayak daring (*netizen*) yang memerankan posisi konsumen sekaligus produsen informasi itu sendiri (subjek aktif). Pergeseran itu telah dimungkinkan dengan adanya media baru (*new media*) yang memiliki karakteristik *network, interactivity, information, interface, archive, dan simulation* (Gene dan Beer dalam Nasrullah, 2014:14). Karakteristik tersebut pada gilirannya mengubah perilaku khalayak itu sendiri. Dalam era digital, seperti dikutip dari Nasrullah (2014:63), Cesaro (2011:403) menyebut khalayak bisa menjadi konsumen sekaligus produsen informasi (*Prosumer*), atau dengan Burn (2010) menyebutkan dengan istilah berbeda *Produstage*, akronim dari kata bahasa Inggris; *Producer* (Produser) dan *Usage* (Pengguna).

Fenomena *Prosumer* maupun *Produstage* telah menempatkan masyarakat sebagai khalayak komunikasi tidak lagi pada posisi objek yang dideterminasi oleh media massa arus

utama. Khalayak kini turut terlibat dalam produksi informasi yang tersebar ke tengah masyarakat melalui perangkat media baru (*new media*) yang diakses secara bebas oleh masyarakat. Dengan menggunakan *platform* media sosial (*medsos*) khalayak siber (*netizen*) dengan mudah memproduksi informasi berdasarkan kepentingan yang dimilikinya. Dengan demikian masyarakat memiliki lebih banyak alternatif informasi daripada yang diberikan oleh media arus utama. Kecenderungan masyarakat bosan dijejali oleh informasi yang sarat dengan agenda politik para pemilik media arus utama membuat mereka seolah-olah menemukan sumber informasi baru yang memberikan perspektif berbeda atas sebuah peristiwa.

Luburan informasi yang dihasilkan melalui *platform* media sosial menempatkan masyarakat pada posisi yang bingung dalam memilih informasi yang mereka percayai. Apalagi sebagian besar informasi yang ada saling bertentangan. Jamak karena produksi informasi yang diviralkan melalui *platform* media sosial umumnya mengabaikan proses kerja jurnalistik yang mengedepankan akurasi, verifikasi fakta, etika dan hukum jurnalistik. Mereka bukanlah jurnalis profesional yang terikat kode etik jurnalistik sehingga, walaupun tidak disengaja, bias informasi akan sangat mungkin terjadi. Dari sinilah kemudian *hoax* lahir.

Dikutip dari Gumilar, et al (2017:26) menyebutkan: "Penelitian yang dilakukan Fahmi mengungkap 92,40% *hoax* di Indonesia diakui tersebar melalui media sosial (*facebook, twitter, Instagram dan Path*), berturut-turut 62,80% *hoax* tersebar melalui aplikasi

chatting (whatsapp, line, telegram) dan menempati nomer tiga, berturut-turut 34,90% *hoax* tersebar melalui situs web. Sedangkan bila didasarkan format-nya *hoax*, 62,10% yang tersebar berbentuk tulisan, sedangkan 37,50% berbentuk gambar dua dimensi. Riset Fahmi (2017), menemukan *hoax* paling populer di Indonesia 91,80% merupakan isu sosial politik, yang secara spesifik membahas terkait Pilkada dan Kebijakan atau Kinerja Pemerintah. Menyusul berturut-turut di nomer dua, yaitu isu SARA (Suku Agama Ras dan Antar-golongan) sebanyak 88,60%, berada di nomer ketiga, yaitu isu kesehatan.” Sementara itu sepanjang tahun 2017 seperti diberitakan laman *detik.com* pada Sabtu, 26 Agustus 2017 pemerintah cq Menkominfo telah memblokir 6 ribu situs terkait *hoax*. Di tengah luberan informasi seperti itu masyarakat kemudian cenderung mempercayai sebuah informasi berdasarkan apa yang diyakininya, dan siapa yang memproduksi atau menyebarkannya. Kecenderungan semacam ini membuat fakta tidak lagi berpengaruh dalam pembentukan opini public dibanding keyakinan dan opini personal. Hal ini sejalan dengan hasil studi yang dilakukan Jonah Berger dan Katherine Milkman (Struhar, 2014) menunjukkan bahwa berita-berita yang dibagikan secara viral melalui media sosial adalah berita yang mampu membangkitkan emosi positif atau negatif yang sangat kuat (*high-arousal emotions*) (Gumilar, at ak, p.35) . Fenomena ini kemudian disebut sebagai era *post truth*. Mengesampingkan fakta dan lebih mengedepankan keyakinan dan opini personal tentu saja memnbawa pengaruh pada hubungan horizontal di tengah

masyarakat, terlebih jika *hoax* tersebut bermuatan SARA dan digunakan untuk kepentingan politik praktis seperti yang terjadi di Pilkada DKI Jakarta 2017 lalu. Situasi tersebut akan melahirkan gap antarkelompok yang bisa meruncing dan menimbulkan konflik terbuka.

Berdasarkan uraian di atas adalah yang ingin diungkap dari penelitian ini adalah bagaimana *fact checking* menjadi instrument penting yang dapat digunakan dalam melawan serbuan *hoax* di media sosial.

Metode Penelitian

Penelitian ini disusun dengan menggunakan metode penelitian deskriptif analitik di mana penulis mengambil dan memfokuskan perhatian pada permasalahan yang menjadi pertanyaan penelitian. Hasil penelitian ini kemudian diolah dan dianalisis untuk pengampilan kesimpulan. Metode ini bertujuan untuk memperoleh pemaparan objektif atas sebuah masalah melalui proses analisis.

Adapun Sugiyono (2009:2) menjelaskan bahwa metode penelitian adalah sebagai berikut: “Metode Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisifikasi masalah”. Sedangkan pengertian metode deskriptif analitis menurut Sugiyono (2009: 29) adalah: “Metode Deskriptif adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan

membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.”

Selanjutnya penulis melakukan penelitian perpustakaan berupa pengamatan pada beberapa berita *hoax* di media arus utama, Penelitian perpustakaan sendiri merupakan kegiatan mengamati berbagai literatur yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang diangkat baik itu berupa buku, makalah ataupun tulisan yang sifatnya membantu sehingga dapat dijadikan sebagai pedoman dalam proses penelitian. Menurut Kartini Kartono (1986:28) mengemukakan bahwa tujuan penelitian perpustakaan adalah untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam material yang ada di perpustakaan, hasilnya dijadikan fungsi dasar dan alat utama bagi praktek penelitian di lapangan.

Pengertian Post-Truth

Era post-truth dapat digambarkan sebagai pergeseran sosial yang melibatkan media arus utama dan para pembuat opini. Pergeseran ini tidak lepas dari pengaruh menguatnya dunia digital dimana manusia terkoneksi satu sama lain dalam jaringan bernama internet. Kondisi ini membuat produksi informasi tidak lagi menjadi monopoli media arus utama, melainkan juga media sosial yang dikelola oleh masyarakat. Media mainstream yang dulu dianggap salah satu sumber kebenaran harus menerima kenyataan semakin tipisnya pembatas antara kebenaran dan kebohongan, kejujuran dan penipuan, fiksi dan nonfiksi. Fakta-fakta bersaing dengan *hoax* dan kebohongan untuk dipercaya publik.

Kamus Oxford menjadikan *post-truth* sebagai “*Word of the Year*” tahun

2016. Berdasarkan keterangan editor-nya, jumlah penggunaan istilah tersebut di tahun 2016 meningkat 2000 persen bila dibandingkan 2015. Sebagian besar penggunaan istilah *post-truth* merujuk pada dua momen politik paling berpengaruh di tahun 2016: keluarnya Inggris Raya dari Uni Eropa (Brexit) dan terpilihnya Donald Trump sebagai presiden Amerika Serikat.

Post truth didefinisikan Kamus Oxford sebagai kondisi di mana fakta tidak terlalu berpengaruh dalam membentuk opini publik dibanding emosi dan keyakinan personal. Kondisi ini memang memuncak dalam dua momen politik tersebut yang digerakkan oleh sentimen emosi. Dalam situasi tersebut, informasi-informasi *hoax* punya pengaruh yang jauh lebih besar ketimbang fakta yang sebenarnya.

Dalam penjelasan Kamus Oxford istilah *post-truth* pertama kali digunakan pada tahun 1992. Adalah Steve Tesich yang menggunakan istilah *post truth* di majalah *The Nation* ketika merefleksikan kasus Perang Teluk dan kasus Iran yang terjadi di periode tersebut. Tesich menggarisbawahi bahwa “kita sebagai manusia yang bebas, punya kebebasan menentukan bahwa kita ingin hidup di dunia *post-truth*.”

Sementara itu Ralph Keyes dalam bukunya *The Post-truth Era* (2004) dan pelawak Stephen Colber mempopulerkan istilah yang berhubungan terkait dengan *post-truth* yaitu *truthiness* yang kurang lebih sebagai sesuatu yang seolah-olah benar, meski tidak benar sama sekali.

Selain ditandai dengan merebaknya berita hoax di media sosial, era *post-truth* juga ditandai dengan kebimbangan media dan jurnalisme khususnya dalam menghadapi pernyataan-pernyataan bohong dari para politisi. Jika di luar negeri nama Presiden AS Donald Trump acapkali dikaitkan dengan hoax dalam setiap pernyataan politiknya, di Indonesia fenomena *post truth* juga ditemui dengan tertangkapnya sekelompok orang yang tergabung dalam Saracen. Mereka adalah orang-orang yang secara sengaja menyebarkan *hoax* alias berita bohong untuk memenuhi kepentingan klien yang membayarnya. Al Rodhan dalam Setiawan (2017) menyebutkan karakter-istik utama dari politik *post truth* adalah:

1. Mengaduk-aduk masyarakat dengan hal-hal yang bersifat emosional,
2. Mengabaikan data dan fakta,
3. Mengutamakan dan mem-viral-kan berita yang belum tentu kebenarannya atau palsu,
4. Mengkombinasikan gerakan populis dengan teori-teori konspirasi yang masih butuh diuji lagi kebenarannya,
5. Mobilisasi narasi fiktif tentang figur atau peristiwa tertentu, dan
6. Memoles ketidakjujuran dalam membangun opini untuk memperkuat posisi sosial figur, kelompok, atau kepentingan tertentu dalam masyarakat yang semakin terbiasa dalam peradaban televisual, online, android, dan media sosial.

Di sisi lain *post-truth* juga memunculkan perdebatan klasik tentang nilai kebenaran itu sendiri. Dalam

perspektif konstruktivisme kebenaran berkelindan dengan subjektivisme dan relativisme. Sehingga kebenarannya menjadi kebenaran yang selalu diperebutkan. Fakta kemudian mengalami tantangan dan ditafsirkan secara berbeda. Kebenaran kemudian menjadi sebuah kepercayaan dalam suatu masyarakat tertentu.

Pengertian New Media dan Media Sosial

Masyarakat selalu menjadi objek manipulasi bagi kekuasaan. Mereka menggunakan posisinya, termasuk perangkat media massa, yang mereka miliki untuk membuat masyarakat percaya pada kebenaran yang mereka tawarkan melalui informasi yang disebar. Kekuasaan menjadi dominan bagi masyarakat kelas bawah (proletar) dalam perspektif kelas seperti yang ditawarkan Marx. Namun dalam perkembangan dunia digital yang ditandai dengan pergeseran karakter khalayak membuat audience tidak lagi objek pasif dalam mengkonsumsi informasi yang ditawarkan, melainkan sekaligus menjadi produsen informasi itu sendiri. Media sosial kemudian memerankan peranan penting dalam perkembangan komunikasi di ranah daring. Menurut Nasrullah (2015:11) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Bagi Castelss (Nasullah, 2015:78) dalam masyarakat jejaring atau *networking society*, informasi menjadi

content yang dipertukarkan antara pengguna media siber yang tidak berada dalam pemilhan antar sender dan receiver. Entitas memiliki peran ganda sebagai konsumen informasi sekaligus produsen informasi. Bahkan dalam kanal komunikasi yang semakin beragam dan model komunikasi yang juga semakin dipengaruhi oleh teknologi media baru (new media) ini, pengguna media siber bahkan telah menjelam menjadi creative audience (Castelss, 2009:127).

Dengan demikian seperti disampaikan Nasrullah (2015) kehadiran media sosial memiliki implikasi terhadap media tradisional. Implikasi ini juga sekaligus menjadikah khalayak turut berpartisipasi aktif dalam memproduksi, mendistribusikan dan memperbincangan informasi sebagaimana industri media arus utama. Nasullah (p.40) mencatat setidaknya tiga implikasi tersebut, antara lain:

1. Menipisnya hegemoni dan berkembangnya demokratisasi media. Selama ini arus informasi diproduksi dan distribusikan oleh media arus utama yang dicurigai memiliki agenda politik tersendiri. Apa yang penting menurut mereka belumlah tentu penting bagi khalayak. Di samping itu perbedaan perspektif antarmedia dalam melihat sebuah realitas atau peristiwa yang terjadi. Hal ini tidak bisa dipisahkan oleh faktor internal maupun eksternal media tersebut.
2. Berubahnya organisasi dan kultur media. Media arus utama berkerja menggunakan kerangka framing dalam mengkonstruksi realita menjadi sebuah berita. Penonjolan atas isu atau peristiwa tertentu, menyebabkan pengesampingan

terhadap fakta tertentu. Dalam konteks ini DeGeorge (1991) menggambarkan hubungan antara agenda media dan public dengan memunculkan tiga model yaitu kesadaran (*awareness*), penonjolan (*saliency*) dan prioritas (*priorities*). Bagi Hall (1978) berita di media massa sangat tergantung dari: *pertama*, ideology masing-masing media, baik secara makro berupa pengaruh dari sistem politik yang dianut negara tempat media berada maupun mikro yaitu politik dalam institusi media, *kedua* manajemen redaksional, dan *ketiga* kebermanfaatan berita bagi khalayak. Sedangkan pada jurnalisme warga (citizen journalism) struktur redaksi dalam media arus utama menjadi kabur karena media sosial tidak membutuhkan struktur redaksi yang sebagaimana media massa tradisional lakukan. Tidak ada proses seperti produksi berita dalam media arus utama, yaitu proses penyuntingan berita misalnya. Tidak adanya aturan atau nilai bagaimana jurnalisme warga melakukan pemilhan dan pemilihan peristiwa yang akan diberitakan. Dalam kondisi tertentu nyaris mengabaikan kode etik jurnalistik.

3. Penjualan dan periklanan. Proses produksi berita yang dilakukan oleh media massa arus utama membutuhkan tenaga profesional dan berbiaya tinggi. Sehingga iklan menjadi bagian terpenting dalam menjalankan roda perusahaan. Kehadiran *new media* melalui jurnalisme warga (*citizen journalism*) menjadi tantangan baru bagi media

massa arus utama dalam memperebutkan kue iklan. Media massa arus utama pada akhirnya melakukan inovasi dengan melibatkan jurnalisisme warga seperti yang dilakukan *Kompas* dengan *Kompasiana*.

Pembahasan dan Hasil

Hoax menjadi persoalan yang dihadapi sejumlah negara di dunia. Penyebaran berita bohong (*hoax*) telah menempatkan masyarakat pada situasi yang saling mencurigai dan terpecah berdasarkan perspektif dan pemahaman masing-masing atas sebuah peristiwa. Kekhawatiran akan bahaya *hoax* lebih lanjut membuat pemerintah cq Menkominfo pada tahun 2017 mengumpumkan telah memblokir 6.000 situs internet terkait penyebaran *hoax*. Seperti dilansir laman detik.com tertanggal Sabtu, 26 Agustus 2017, Dirjen Aplikasi Informatika Kominfo Samuel Abrijani mengatakan, "Tiap hari ada situs yang diblokir, ada account yang diblokir, tiap hari ada laporannya, di websitenya ada data-datanya. Sekarang itu setiap memblokir di-publish. Ada laporan habis itu kita konsultasikan, habis itu kita lakukan cyber patroli," pungkas Samuel.

Kencangnya produksi *hoax*, *fake news* maupun *hate speech* tidak bisa dilepaskan dari peristiwa politik nasional seperti Pilpres 2014 yang berlanjut pada Pilgub DKI Jakarta 2017 lalu, di mana masyarakat terbelah pada dua poros utama pendukung Jokowi versus Prabowo yang kemudian terkonversi melalui dukungan kepada Ahok-Djarot versus Anies-Sandy. Kendati dua peristiwa politik itu sudah berlalu namun dampak dari peperangan wacana di media sosial masih terasa hingga hari ini.

Terlebih saat ini kita akan menghadapi gelaran Pilpres 2019 yang masih merefleksikan pertarungan antara kubu Jokowi versus Prabowo.

Salah kasus yang mencuat dan menjadi perhatian public belum lama ini adalah masalah revitalisasi Lapangan Banteng, Jakarta Pusat, pada 26 Juli 2018, yang baru saja diresmikan oleh Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan. Tak lama setelah acara seremonial peresmian itu beredar video pidato Anies yang mengklaim rencana revitalisasi itu digagas oleh dirinya. Tak butuh waktu lama kemudian muncul berbagai berita lainnya yang isinya saling berlawanan.

Fenomena tersebut tak lain merupakan bagian dari post-truth yang tengah mewabah di seantero dunia. Khalayak kini lebih memercayai informasi yang sesuai dengan keyakinan (politik, agaman, dst), maupun informasi yang disebarkan oleh orang atau kelompok yang memiliki pandangan yang sama. Situasi ini jelas mengabaikan fakta sebagai sesuatu yang suci dalam praktik produksi informasi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jonah Berger dan Katherine Milkman (Struhar, 2014) yang menunjukkan bahwa berita-berita yang dibagikan secara viral melalui media sosial adalah berita yang mampu membangkitkan emosi positif atau negatif yang sangat kuat (*high-arousal emotions*) (Gumilar, at ak, p.35).

Pengaruh teknologi juga ternyata turut menyuburkan *hoax* maupun *fake news*. Teknologi filter bubble, yaitu Algoritma yang sejatinya diciptakan untuk memudahkan pencarian di Facebook dan membantu pengiklan menysasar target pasarnya, justru menjadi bumerang bagi demokrasi. Jejak digital

pengguna Facebook dapat menyebabkan seseorang terisolasi secara intelektual di dunia maya. Mengapa? Sebagai sebuah simpul komunikasi, misi Facebook adalah membuat nyaman penggunanya berlama-lama tinggal dan berinteraksi pada platform mereka. Untuk itu Facebook menyingkirkan pandangan-pandangan yang bertentangan dengan *mindset* penggunaannya. *Filter bubble* merupakan faktor penting dalam semakin berpengaruhnya *fake news*, *hoax* dan *hate speech* (Pariser, 2011; Rader dan Gray, 2015)

Distribusi atas informasi yang saling bertentangan itu dilakukan oleh akun-akun media sosial pendukung masing-masing. Mereka umumnya dengan mengutip situs media non arus utama maupun website jurnalisisme warga (*citizen journalism*) sebagai pendukung argumentasi mereka masing-masing. Namun ada juga yang mengunggah link atau alamat url dari media arus utama sebagai pendukung argumentasi mereka. Tentu saja jika informasi atau berita yang ditulis sesuai dengan perspektif politik atau keyakinan pandangan kelompoknya masing-masing.

Menyikapi sengkabut informasi hoax tadi sejumlah media daring, antara lain *tirto.co.id* dan *detik.com* melakukan pemeriksaan fakta (*fact checking*). Pemeriksaan fakta (*fact checking*) menjadi langkah yang harus dilakukan dalam melawan post-truth yang terefleksikan melalui hoax, fake news maupun hate speech. Karena menurut penjelasan Dr. Hariyatmoko dalam sebuah kuliah yang diselenggarakan LSF Cogito pada 21 Desember 2017 mengatakan bahwa lawan dari post-truth bukanlah kebenaran itu sendiri. Karena

pada dasarnya post-truth itu penyangkalan atas kebenaran. Sehingga upaya klarifikasi kemudian menjadi sia-sia. Dan, Hariyatmoko, menyebutkan bahwa lawan dari post-truth adalah *fact checking* (pemeriksaan fakta).

Pemeriksaan fakta (*Fact checking*) seperti disampaikan Kelly Born dalam tulisan berjudul *Truth in Politics: Misinformation and Fact Checking Movement* di laman website *hewlwt.org* mengatakan setidaknya dilakukan dengan tiga tujuan, yang mungkin dalam pikiran masing-masing dengan khalayak berbeda, terkait:

1. Untuk khalayak yang lebih luas, adalah guna meningkatkan pemahaman terhadap masalah dengan membalas misinformasi
2. Untuk jurnalis lain, adalah guna membantu mengalikan budaya dari "katanya" menjadi pemeriksaan fakta yang lebih besar
3. Untuk politisi, pakar politik atau (lebih baru lagi) jaringan berita, adalah guna meminta pertanggungjawaban mereka dan mencegah pernyataan yang salah.

Terkait hal itu kemudian *Tirto.co.id* melalui laporannya berjudul *Kronologi Revitalisasi Lapangan Banteng dan Perang Disinformasi* melakukan pemeriksaan fakta (*fact checking*) dengan melakukan penelusuran atas pemberitaan yang telah dipublikasi kepada khalayak seputar revitalisasi Lapangan Banteng, Jakarta Pusat.

Tirto.co.id mengawali laporannya dengan menuliskan berita seperti ini: Tidak lama setelah Revitalisasi Ruang Terbuka Hijau (RTH) Lapangan Banteng diresmikan pada 25 Juli 2018, beredar luas di media sosial sebuah video pendek

berdurasi 34 detik. Video itu memuat potongan suara Anies Baswedan, Gubernur DKI Jakarta, saat memberikan sambutan dalam acara peresmian tersebut berikut suara-suara sahutan: “Yang merancang dan menyiapkan desain dari nol... (disusul suara sahutan: “Siapa yang bilang, woy siapa yang bilang? Ahok, Ahok yang rancang, Ahok”) Video itu dengan segera menuai banyak respons, termasuk respons yang menganggap Anies Baswedan tidak tahu malu karena tidak menyebut nama Ahok (Basuki Tjahja Purnama). “Nemu nih.... emang bener udah putus urat malunya tuh orang... 😏,” cuit akun Twitter yang sama. Sama seperti suara yang muncul dalam potongan video itu, sejumlah warganet memberi pendapat perlunya menyebut nama Ahok dalam riwayat revitalisasi Lapangan Banteng.

Sementara artikel yang diterbitkan *Antara* menyatakan bahwa pada saat peresmian berlangsung memang muncul beberapa orang yang datang dengan baju kotak-kotak, berteriak serta membawa spanduk, salah satunya bertuliskan: “Terima kasih Ahok-Djarot.” Kontroversi terus bergulir. Sebuah artikel dari *Portal Islam* memberi pandangan lain soal protes pendukung Ahok, dengan menyodorkan informasi berupa pernyataan Menteri Keuangan Sri Mulyani yang mengapresiasi kerja Sandiaga Uno Wakil Gubernur DKI Jakarta atas revitalisasi Lapangan Banteng. Artikel itu mencoba memberikan informasi bahwa revitalisasi dimulai oleh tantangan yang disodorkan Sri Mulyani kepada Sandiaga, dan tidak ada kaitannya dengan Ahok.

Dan bagaimana hasil penelusuran Titro.co.id terkait perang disinformasi atau hoax tersebut? Portal berita yang memiliki tagline *jernih, mengalir dan mencarhkan* ini menuliskan laporannya secara kronologis dimulai dari ketika Basuki Tjahaja Purnama, Gubernur DKI Jakarta (oktober 2016), ketika itu untuk pertama kalinya mengemukakan gagasan ingin mendesain ulang kawasan itu.

(Oktober 2016) Cuitan Ahok di Twitter Pada 27 Oktober 2016, pukul 2:40 AM, akun twitter @basuki_btp pernah berujar bahwa pada Agustus 2017 akan ada fasilitas bertaraf internasional di Lapangan Banteng untuk kegiatan warga Jakarta. (November 2016) Han Awal & Partners Architect mengunggah video yang memaparkan desain rancangan induk (masterplan) revitalisasi Lapangan Banteng. Firma arsitek ini dimiliki oleh Yori Antar. Yori juga terlibat dalam pembangunan di RPTRA Kalijodo. (Maret 2017) Sumarsono kembali menjadi Plt Gubernur DKI Jakarta untuk menggantikan posisi Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama-Djarot Saiful Hidayat, yang menjalani cuti masa kampanye putaran kedua Pilkada DKI Jakarta 2017. Ia akan menjabat sejak 7 Maret 2017 hingga 15 April 2017. Plt Gubernur DKI Jakarta Soemarsono memimpin Rapat Pimpinan Paparan Masterplan Revitalisasi Lapangan Banteng pada 15 Maret 2017. Pembahasan mengenai revitalisasi itu terekam dalam video resmi yang diunggah Pemprov DKI Jakarta. Pembaca dapat melihat pernyataan Soemarsono mulai menit ke 12:47 pada video. Dalam rapat itulah Soemarsono berkata: “Terus kemudian, groundbreaking-nya kapan? Minggu depan? (mendapat jawaban dari

peserta rapat, "Bisa dimulai minggu depan") Agendakan. Pesan Pak Ahok memang agendakan dahulu. Tapi sebelum ground breaking, temen-temen Kominfo, bagian humas kita. Kita ini, kan, punya problem di Jakarta ini. Program hebatnya banyak, ya toh? Betul-betul prestise. Luar biasa terobosannya, tapi publikasi kita kurang. Kurang menggema. Kurang menggigit. Ibarat makanan kurang nendang. Kira-kira gitu loh. Sekarang bikin bisa nendang bagaimana. Kalau kulinernya nendang tanya Pak Sekda tahu di mana tempatnya. Kalau program itu nendang, oleh karena itu besok groundbreaking bagian yang harus dipublikasikan." Keesokan harinya, pada 16 Maret 2017, Pemprov DKI Jakarta mengunggah informasi Rencana Revitalisasi Ruang Terbuka Hijau Lapangan Banteng. Sebuah video resmi Pemprov DKI Jakarta mengunggah video yang berisi informasi Rencana Revitalisasi Ruang Terbuka Hijau Lapangan Banteng 2017. Dalam video terlihat materi desain rancangan induk revitalisasi yang pernah diunggah Han Awal & Partners Architect.

Pada 17 Maret 2017, Plt Gubernur DKI Jakarta Soemarsono melaksanakan Ground Breaking Revitalisasi Lapangan Banteng. Peristiwa itu lagi-lagi direkam dan diunggah oleh Pemprov DKI Jakarta.

(Juni 2017) Pelaksanaan proyek Revitalisasi Lapangan Banteng ternyata berjalan tersendat-sendat. Asisten Pembangunan Pemprov DKI Jakarta Gamal Sinurat dalam pernyataannya kepada media menyebut bahwa Pemprov DKI dan perusahaan swasta masih menyusun perjanjian kerja sama dan perjanjian pemenuhan kewajiban. Salah satu persoalannya adalah Pemprov DKI

juga mesti membangun GOR dari dana yang ada.

(Agustus 2017) Sebuah video resmi yang diperoleh dari Pemprov DKI Jakarta menunjukkan proses Penandatanganan MoU antaran Pemprov DKI Jakarta dengan PT Rekso Nasional Food. MoU ini terkait proyek revitalisasi Lapangan Banteng. Pembaca dapat melihat pernyataan (Plt) Gubernur DKI Jakarta Djarot Saiful Hidayat mulai dari menit ke 12:47 dalam video tersebut.

Saat itu Djarot berkata: "Sebetulnya ide untuk merevitalisasi kawasan Lapangan Banteng dari Pak Ahok sudah lama, waktu itu kita diskusi bagaimana, lapangan banteng itu bisa digunakan, dimanfaatkan oleh warga Jakarta. Untuk olahraga, sehingga kita butuh lapangan sepakbola, sehingga kita gunakan rumput sintesis sehingga bisa digunakan"

(Oktober 2017) Pada 6 Oktober 2017, ditandatangani perjanjian antara PT Sinar Mas Teladan dengan Pemprov DKI Jakarta soal Pemenuhan Kewajiban Pelampauan Nilai KLB. Salah satu poin dalam dokumen menunjukkan informasi soal "Penataan Kembali Lapangan Banteng Segmen Tugu Irian Barat dan Taman Sisi Selatan yang terletak di Lapangan Banteng, Kelurahan Sawah Besar, Kecamatan Sawah Besar, Kota Administrasi Jakarta Pusat".

(Desember 2017) Akun Youtube resmi Sandiaga Uno mengunggah video Sandiaga yang sedang meninjau perkembangan proyek revitalisasi. Tampak seseorang memberi paparan kepada Sandiaga. Terdengar percakapan: "Dan juga mungkin nanti kita juga sampaikan sampaikan kendala yang perlu bantuan dari Pak Sandi." Sandiaga

menjawab: "Siap, oh perlu bantuan. Siap Siap." "Terutama masalah perizinan, Pak."

(Mei 2018) Sebuah video dari pos kota TV merekam pernyataan Sri Mulyani dan Sandiaga Uno usai mengunjungi Lapangan Banteng pada 7 Mei 2018. Pembaca dapat melihat pernyataan tersebut mulai menit ke 12:47 pada video. Sri Mulyani: "Pak Sandi waktu habis dilantik, menjadi wagub, dan bertemu saya pada waktu itu, dimana ya?". Sandiaga menjawab: "Di acara ini Bu, ada acara di tempat Ibu". Sri Mulyani: "Di tempat saya, saya tunjukkan kepada Pak Sandi, ini lapangan Banteng, ya bener, waktu itu untuk mempromosikan kerjasama pemerintah dan swasta, badan usaha, beliau mewakili pemerintah DKI. Dan karena sebagai tamu di Kementerian Keuangan, saya sampaikan, Pak Sandi ini di depan Kementerian Keuangan ada taman, yang saya itu sudah gak pernah bisa menikmati, dan menurut saya seharusnya Pemerintah DKI perbaiki. Saya tanya: Saya atau Pak Sandi yang mau benerin? Dia bilang waktu itu: Take over it, biar janji kalau sudah bagus akan ditunjukkan ke saya. Hari ini saya rasa quite impressive, less than five months, kurang dari lima bulan, Pak Sandi sudah mengundang saya untuk melihat kemajuan Lapangan Banteng."

(Juli 2018) Sebuah video merekam kegiatan peresmian Lapangan Banteng pada 25 Juli 2018. Pembaca dapat melihat mulai menit ke 20:40 pada saat Anies Baswedan mulai memberi sambutan. Melalui video yang utuh itu pulalah, pembaca dapat mendengar pernyataan Anies Baswedan saat itu. "Dan yang juga perlu secara khusus kita berikan apresiasi, yang merancang dan

menyiapkan grand design dari nol, Bapak Yori Antar. Alhamdulillah proses rancangan ini telah berjalan dengan baik. Dan kita sama-sama pada malam ini menyaksikan Lapangan Banteng sebagai lapangan yang bersejarah kembali ditata. Pemanfaatannya pun bervariasi. Tadi saya sempat dengar cerita dari Pak Yori bagaimana proses, bagaimana inovasi kreasi dilakukan di sini" Sebelumnya Anies Baswedan menyebut beberapa nama yang berjasa terhadap Lapangan Banteng, salah satunya adalah Henk Ngantung. Selain pernah menjabat Gubernur DKI Jakarta pada 1960 hingga 1964, Henk Ngantung juga adalah seniman yang merancang patung di kawasan Lapangan Banteng.

Sementara itu detik.com yang juga melakukan *fact checking* atas video sambutan Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan menampilkan video sambutan itu secara utuh berikut transkripnya. Detik.com juga menampilkan informasi seputar suasana saat Gubernur DKI Jakarta itu berpidato. Dalam berita itu disebutkan ketika Anies mengucapkan kalimat, "Dan yang juga perlu secara khusus kita beri apresiasi yang merancang dan menyiapkan *grand design* dari nol...", Ucapan Anies tidak terdengar utuh karena tertutup suara keriuhan warga yang merekam. Mereka menyatakan mantan Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama (Ahok)-lah yang merancang desain renovasi Lapangan Banteng tersebut.

Terdapat dua perbedaan mendasar atas upaya fact checking yang dilakukan dua porta daring tersebut, yaitu pada Tirto.co.id mereka melakukan penelusuran secara kronologis sehingga dapat menjawab perdebatan siapa

penggagas revitalisasi itu? *False news* yang terjadi lewat potongan video sambutan Anies tidak menjadi penjonjolan (*saliency*) dalam *fact checking* yang dilakukan *Tirto.co.id*. Sedangkan pada Detik.com mereka justru melakukan penjonjolan (*saliency*) pada potongan video sambutan tersebut. Portal news daring itu hanya mengedepankan fakta terjadinya *false news* lewat potongan video yang dimaksud.

Kesimpulan dan Saran

1. Dari pemaparan penulis di atas bahwa *fact checking* yang diupayakan dua media daring arus utama itu mampu menjawab polemik berkepanjangan yang diakibatkan disinformasi atau *hoax, fake news dan false news*. Penyajian fakta yang dilakukan melalui pola kerja jurnalistik yang terukur etika dan profesionalitas membuat fakta-fakta tersebut nyaris tak bisa dibantah. Bukanlah upaya mudah melakukan *fact checking* terhadap masalah-masalah yang ditimbulkan oleh *hoax, fake news dan false news*. Butuh kemampuan profesional dengan jumlah tenaga yang tidak sedikit, termasuk biaya yang lumayan besar. Untuk itu perlunya keterlibatan lembaga-lembaga pers untuk lebih sering melakukan *fact checking* atas polemik yang muncul di masyarakat. Namun *fact checking* tidak serta merta menyalah individu-individu yang sebelumnya telah terpapar *hoax, fake news dan false news*, untuk itulah penulis memberikan saran-saran sebagai berikut: Institusi pers, termasuk asosiasi wartawan, untuk lebih masif lagi melakukan *fact*

checking, dan bertindak sebagai *hoax buster*.

2. Perlunya meningkatkan kemampuan teknologi sebagai instrument pendukung melakukan *fact checking*.
3. Aksi nyata pemerintah cq Kepolisian Republik Indonesia dan Badan Siber Nasional dalam menangkal dan melakukan tindakan hukum yang keras kepada para pelaku pembuat *hoax, fake news, false news* maupun *hate speech*. Upaya ini tentu saja tanpa mengabaikan proses hukum dan menjaga demokrasi yang sudah berkembang baik.
4. Melakukan pendidikan terkait literasi media.

Referensi

- Al-Rodhan, Nayef, (2017), *Post-Truth Politics, the Fifth Estate and the Securitization of Fake News*. Link artikel: <https://www.globalpolicyjournal.com/blog/07/06/2017/post-truth-politics-fifth-estate-and-securitization-fake-news>
- Feldman, Tonny, (2005), *An Introduction to Digital Media*, London&New York, A Blueprint Book.
- Gumilar, et. Al (Februari 2017), *Literasi Media; Cerdas Menggunakan Media Sosial dalam Menganggulangi Berita Palsu (Hoax)* oleh Siswa SMA. Link artikel: <http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/16275>
- Kurniawan, Frendy-tirto.co.id, (27 Juli 2018), *Kronologi Revitalisasi Lapangan Banteng dan Perang Disinformasi*. Link berita: <https://tirto.id/kronologi-revitalisasi-lapangan-banteng-dan-perang-disinformasi-cP1d>

- Nasrullah, Rully, (2014) Teori dan Riset Media Siber (cyberspace), Jakarta, Prenadamedia Grup.
- Nasrullah, Rully, (2015) Media Sosial, Jakarta, Simbiosis Rekatamedia.
- Pariser, Eli, (2011), The Filter Bubble: How the New Personalize Web in Chaning What We Read and How We Think, Penguin.
- Rader. Emilee & Gray. Rebecca, (2015), Understanding User Beliefs about ALgorithmic Curation in the Facebook News Feed, Association for Compuing Machinery. Link artikel: <https://scholars.opb.msu.edu/en/publications/understanding-user-beliefs-about-algorithmic-curation-in-the-face>
- Ramdhani, Jabbar-Detik.com (27 Juli 2018), Heboh Potongan Pidato Anies di Lapangan Banteng, Ini Versi Utuhnya. Link berita: <https://news.detik.com/berita/4136314/heboh-potongan-pidato-anies-di-lapangan-banteng-ini-versi-utuhnya>.
- Stevensson, Nick, (2003), Culutral Citizenship: Cosmopolitan Question, Ingris,Open Universitsy Press.
- Sugiyono, (2009), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung, Aflabeta.
- Setiawan, Ikhwan (25 Septermber, 2017), Media Sosial, Politik Post-Truth dan Tantangan Kebangsaan. Link berita: <http://matatimoer.or.id/2017/09/25/media-sosial-politik-post-truth-dan-tantangan-kebangsaan/>
- Wildan-Detik.com. (26 Agustus 2017), Koinfo: Hampir 6.000 Situs Diblokir Terkait Hoax dan Pornografi. Link berita: <https://drive.google.com/file/d/1Rtn4dkkZ0vKKUxSov518GacTozBPipP-/view>