

Karakteristik Unggahan Akun Instagram @tempo.cekfakta

Periode 8 Januari – 8 Maret 2020 dalam Menampilkan

Pemeriksaan Fakta



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :

Sahara Maharani

NIM 16730067

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Sahara Maharani
NIM : 16730067
Prodi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 24 Agustus 2020
Yang menyatakan,



Sahara Maharani
NIM. 16730067



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING

FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan
seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi
saudara:

Nama : Sahara Maharani
NIM : 16730067
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**ANALISIS ISI UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @tempo.cekfakta
PERIODE 08 JANUARI – 08 MARET 2020 DALAM
MENAMPILKAN PEMERIKSAAN FAKTA**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan
Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian
syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk
mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.
Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 24 Agustus 2020
Pembimbing

Dr. Yani Tri Wijayanti M. Si
NIP. 19800326 200801 2 010



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN
KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-823/Un.02/DSH/PP.00.9/09/2020

Tugas Akhir dengan judul : "Karakteristik Unggahan Akun Instagram @tempo.cekfakta Periode 8 Januari - 8 Maret 2020 dalam Menampilkan Pemeriksaan Fakta"

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SAHARA MAHARANI
Nomor Induk Mahasiswa : 16730067
Telah diujikan pada : Senin, 31 Agustus 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si
SIGNED

Valid ID: 5f6d9be3de15f



Penguji I

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 5f7141beaa00b



Penguji II

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
SIGNED

Valid ID: 5f71683c43cb1



Yogyakarta, 31 Agustus 2020
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 5f71720de2bfc

MOTTO

"Percuma memikirkan perjalanan panjang dan mimpi besar jika tidak berani memulai langkah"

".....Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) maka kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Tuhan mulah hendaknya kamu berharap"

(QS. Al- Insyirah 5-8)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT

Karya ini saya persembahkan untuk :

Keluarga besar dan almamater tercinta

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora

Dan

Keluargaku serta teman teman tersayang



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini tanpa adanya kendala yang berarti. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang **ANALISIS ISI UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @tempo.cekfakta PERIODE 08 JANUARI – 08 MARET 2020 DALAM MENAMPILKAN PEMERIKSAAN FAKTA**. Penulis menyadari jika penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, bantuan, dan dorongan semangat yang tiada henti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
2. Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
3. Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dari awal masa perkuliahan hingga saat ini dan selalu memberikan motivasi serta mengajarkan kami untuk selalu berpikir positif .

4. Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membantu serta memberikan dorongan semangat kepada peneliti dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini.
5. Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan masukan dan arahan demi terlaksananya penelitian ini.
6. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Pak Iswandi, Bu Rika, Bu Niken, Bu Marfuah, Pak Mahfud, Bu Fatma, Bu Yanti, Pak Lukman, Pak Rama, Pak Bono, atas ilmu yang telah diberikan selama empat tahun, semoga menjadi amal jariyah untuk Bapak dan Ibu semuanya.
7. Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah membantu kelancaran proses penelitian ini.
8. Kedua Orang tua Peneliti, papa dan mama dan yang selalu memberikan dorongan semangat dan kasih sayang yang tulus sampai saat ini.
9. Kakak Dina dan Adik Cha-Cha yang selalu ada di kala sedih dan senang untuk saling menyemangati dan menghibur.
10. Cik Idar, Cik Lela, Om Izul, Om Yudi, Nenek, Adif, Nehan dan Cahaya yang dengan tulus dan ikhlas memberikan support kepada penulis selama menempuh pendidikan di Jogja. Semoga segala kebaikan ini dibalas oleh Allah SWT.

11. Para Coder, Mas Aan. Rara Nasrudin, dan Arum yang telah ikhlas membantu dan memudahkan peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini, semoga segala urusan kalian dimudahkan oleh Allah SWT

12. Teman-teman IKOM B yang selama empat tahun ini bersama-sama berjuang mencari ilmu dan pengalaman. Terima Kasih atas kebersamaan dan keceriaan yang selama ini kita lakukan. Semoga kita dapat menggapai cita-cita yang selama ini telah diperjuangkan.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak khususnya bagi peneliti dan pembaca sekalian.

Yogyakarta, 24 Agustus 2020

Peneliti



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
Sahara Maharani
16730067
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Telaah Pustaka	10
F. Landasan Teori dan Definisi Konseptual.....	13
1. Landasan Teori	13
2. Definisi Konseptual	19
G. Kerangka Pemikiran.....	22
H. Metodologi Penelitian	22
1. Jenis Penelitian	24
2. Metode Penelitian.....	24

3. Populasi dan Sampel	25
4. Definisi Operasional.....	26
5. Jenis Data	30
6. Metode Pengumpulan Data	30
7. Uji Validitas.....	31
8. Uji Reliabilitas.....	31
9. Metode Analisis Data	32

BAB II GAMBARAN UMUM

A. Gambaran Umum Instagram.....	33
B. Akun Instagram @tempo.cekfakta.....	40

BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Uji Reliabilitas Antar Coder.....	47
B. Analisis Data	52
C. Pembahasan.....	83

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA	100
-----------------------------	------------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kategori Konten Hoaks Agustus – April 2019	3
Tabel 2. Telaah Pustaka	12
Tabel 3. Operasionalisasi Variabel	26
Tabel 4. Persentase Sumber Utama Unggahan Akun @tempo.cekfakta	53
Tabel 5. Persentase Kategori Sumber Utama Klaim Berupa Foto	54
Tabel 6. Persentase Kategori Sumber Utama Klaim Berupa Video	57
Tabel 7. Persentase Kategori Sumber Pesan Klaim Berupa Narasi	59
Tabel 8. Persentase Perspektif Pengetahuan Akun @tempo.cekfakta	61
Tabel 9. Persentase Interaktivitas Unggahan Akun @tempo.cekfakta	69
Tabel 10. Persentase Integrasi Unggahan Akun @tempo.cekfakta	72
Tabel 11. Persentase Integrasi Kategori Sesat	77
Tabel 12. Persentase Integrasi Kategori Keliru	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Cuitan @ghosthunter1745.....	4
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 3. Tampilan Utama Instagram @tempo.cekfakta.....	42
Gambar 4. Contoh Klaim Berupa Foto yang Berasal dari Facebook.....	55
Gambar 5. Contoh Klaim Berupa Narasi.....	58
Gambar 6. Contoh Unggahan Hasil Penelusuran Online.....	63
Gambar 7. Contoh Unggahan Pernyataan Para Ahli.....	65
Gambar 8. Contoh Unggahan Keterangan dari Pihak Bersangkutan.....	67
Gambar 9. Contoh Unggahan Perspektif Pengetahuan Gabungan.....	68
Gambar 10. Contoh Kategori Unggahan Foto.....	71
Gambar 11. Contoh Kategori Unggahan IGTV.....	72
Gambar 12. Contoh Unggahan Kategori Benar.....	74
Gambar 13. Contoh Unggahan Item Tidak Ada Hubungan.....	78
Gambar 14. Contoh Unggahan Item Konteks Tidak Sesuai.....	78
Gambar 15. Contoh Unggahan Item Klaim Dibuat-Buat.....	81
Gambar 16. Contoh Unggahan Item Konteks Tidak Benar.....	81

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

The World has entered the information overload era . The lack of ability to respond this information makes the public increasingly unable to sort and choose which information is correct and which are justhoax. Therefore, now already known the practice of fact checking by some medias. One of those medias is done by tempo.co in their instagram account @tempo.cekfakta where the purpose is helping the public to understand and find out the truth information on social media. This research is a quantitative study with a method of analyzing content descriptive. The population of this research is some uploads on instagram account @tempo.cekfakta period 08 of January untill 08 of March 2020 with the sample all of the entire population total 39 uplaods. The purpose of this research was to know the characteristics of @tempo.cekfakta account in showing the fact checking claims.

The result of this research showed that content of @tempo.cekfakta account generally has met the fact checking indicator on its social media account. The category that got the highest percentage was interactivity through photo upload which was 89,74%, while the lowest percentage of categories was misguide and incorrect final assessment categories. The claims that have been revealed mostly show that containing the disinfomation. Then, the data used to check the claims were prioritised on the data that can be accesseed by public over the internet.

Keywords : information, hoax, fact checking, social media, instagram.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia tidak dapat lepas dari kebutuhan informasi untuk kelangsungan hidupnya. Hal ini tertuang dalam laporan dari *Knight Commision* yang berjudul, *Information Communities: Sustaining Democracy in the Digital Age* (2019: 9) yang menyatakan bahwa manusia butuh berita dan informasi untuk mengambil keuntungan bagi diri mereka sendiri dan juga keluarganya yang bertujuan untuk menjadi individu yang berpartisipasi dalam masyarakat, bangsa dan negara. Hal ini menunjukkan bahwa manusia tidak bisa lepas dari kebutuhan informasi yang kredibel dan relevan.

Internet dan media daring saat ini menjadi salah satu penyedia informasi bagi masyarakat. Hal ini dikarenakan saat ini sebagian besar masyarakat telah menggunakan internet dalam kehidupan sehari-harinya. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh lembaga *We Are Social* pada Januari 2020 dalam laporannya menyatakan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia telah menggunakan internet yaitu sebesar 175,4 juta jiwa dari 272,1 juta jiwa total populasi di Indonesia atau jika dipersentasikan berjumlah 64% dengan waktu yang dihabiskan dalam sehari untuk mengakses

internet mencapai 7 jam 59 menit. (Sumber : <https://wewaresocial.com/digital-2020>)

Dengan berbagai fasilitas yang dihadirkan internet, masyarakat akan dengan mudah dan bebas mendapatkan segala jenis informasi yang dibutuhkan. Kemudian ditambah lagi dengan hadirnya fitur '*share*' yang semakin memudahkan penyebaran informasi sehingga menjadi lebih luas lagi. Jacoby dalam Benselin & Ragsdel (2016: 2) menggambarkan situasi ini dengan istilah 'banjir informasi' yaitu keadaan dimana informasi menyebar dengan kuantitas besar dan bergerak dengan sangat cepat sehingga masyarakat kesulitan dalam memilah dan memilih antara informasi yang akurat dan menyimpang.

Namun, banyak informasi yang disebarkan oleh individu maupun kelompok melalui media sosial tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya atau terindikasi hoaks dan informasi yang dianggap benar tidak lagi mudah ditemukan (Juditha Christiany, 2018:31). Pada dasarnya penyimpangan informasi yang beredar di media sosial ini beragam jenisnya. UNESCO (2018 : 44) menuliskan bahwa, hoaks dibagi menjadi 3 kategori, yaitu misinformasi, disinformasi, dan mal informasi. Namun penyebutan ini belum lazim digunakan oleh masyarakat Indonesia dan lebih cenderung memakai istilah "hoaks" untuk merujuk pada informasi yang salah. maka

dalam penelitian ini, “hoaks” dan kekacauan informasi dapat dilihat dengan kedudukan yang sama.

Berkaitan dengan penyebaran hoaks di Indonesia, Berdasarkan Siaran Pers No.95/HM/KOMINFO/05/2019, Plt Kepala Biro Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika Ferdinandus Setu mengatakan bahwa, sebanyak 486 hoaks diidentifikasi selama April 2019. Ferdinandus juga memaparkan kategori konten hoaks yang berhasil diidentifikasi Kominfo sepanjang Agustus 2018- April 2019, sebagai berikut:

Tabel 1

Kategori Konten Hoaks Agustus – April 2019

No	Kategori	Jumlah Hoaks
1	Politik	620 Hoax
2	Pemerintahan	210 Hoax
3	Kesehatan	200 Hoax
4	Fitnah	159 Hoax
5	Kejahatan	113 Hoaks
6	Isu Lainnya	

Sumber: Siaran Pers No.95/HM/KOMINFO/05/2019

Berdasarkan data diatas, dengan tingginya jumlah hoaks di media sosial membuktikan bahwa hingga saat ini hoaks menjadi permasalahan yang belum terselesaikan. Hal ini terjadi karena

pengetahuan masyarakat yang masih minim akan literasi dalam menyikapi segala informasi karakter masyarakat Indonesia yang dinilai belum terbiasa untuk berpendapat secara sehat membuat masyarakat Indonesia rentan terpapar hoax (Vibriza Juliswara, 2017: 8)

Jika tidak segera diatasi, permasalahan hoaks di media sosial dapat berdampak pula ke dunia nyata. Perbincangan yang terjadi di media sosial berpotensi mengubah pemahaman publik mengenai suatu hal dalam kehidupan masyarakat hingga menyebabkan timbulnya ujaran kebencian dan perpecahan (Vibriza Juliswara, 2017: 2) Salah satu contoh penyimpangan informasi yang terdapat di media sosial yaitu beredarnya sebuah tangkapan layar foto dari jejaring sosial Instagram yang menyebutkan bahwa ada 67 karyawan supermarket di Yogyakarta yang positif Covid-19. Bahkan, masyarakat yang berbelanja ke supermarket tersebut setelah tanggal 25 April 2020 diminta untuk mengisolasi diri di rumah. Klaim ini dilansir dari situs <https://www.kominfo.go.id>. Dalam situs tersebut juga menjelaskan bahwa faktanya, hal tersebut dibantah oleh Kepala Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman, Joko Hastaryo.

Gambar 1

Contoh Hoaks di Instagram



Sumber: web.kominfo.go.id

Joko Hastaryo mengatakan bahwa informasi yang beredar tersebut tidak benar. Selain itu, hal tersebut juga dipertegas oleh Bupati Sleman Sri Purnomo. Beliau menyampaikan bahwa informasi tersebut hoaks karena hasilnya belum keluar, total yang dilakukan rapid test untuk Indogrosir ada 300 orang, dan 57 di antaranya reaktif. Dengan adanya pemberitaan hoaks semacam ini, tentunya akan membuat ketakutan bahkan berpotensi menciptakan sebuah kekacauan di masyarakat. Dimana pada masa saat kejadian hoaks ini berlangsung, segala isu atau informasi perihal Covid-19 begitu penting dan harus bisa dipertanggung jawabkan.

Oleh karena itu, menyikapi kemunculan berbagai informasi menyimpang ini khususnya untuk memberikan pemahaman pada masyarakat dalam memilah dan memilih informasi di media sosial, salah satunya yaitu melalui platform media sosial pemeriksaan fakta. Inti dari kegiatan pemeriksaan fakta seperti ini adalah untuk melakukan klarifikasi pada pernyataan yang dikemukakan oleh

seseorang atau suatu kelompok yang memiliki peran besar di dalam masyarakat (UNESCO, 2018: 87).

Biasanya pemeriksaan fakta ini dilakukan dengan menelusuri pernyataan atau model dai pakar-pakar yang memiliki kompetensi di bidang tertentu untuk menguji pernyataan, klaim, atau kampanye yang dikeluarkan oleh pejabat publik. Hasil penelusuran inilah yang menentukan apakah pernyataan, klaim, atau kampanye tersebut dapat diyakini sebagai kebenaran (UNESCO, 2018: 88). Kegiatan ini dapat dilakukan dengan pemeriksaan fakta yang saat ini tersedia di media online dan media sosial.

Memang benar jika setiap manusia itu haruslah melakukan riset terlebih dahulu mengenai informasi yang diterima sebelum disebarkan. Hal ini disebut juga dengan ber-Tabayyun. Tabayyun sendiri berarti mencari kejelasan dari sesuatu hingga benar-benar adanya. Hal ini juga terdapat pada surat Al-Hujurat ayat 6 di Al-Qur'an yang menyebutkan:

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
مَّجْهُولَةً فَتَصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.

Menurut M.Quraish Shihab (2009 : 588), ayat diatas menggunakan kata *inyang* berarti jika yang biasa digunakan untuk sesuatu yang diragukan. Ini mengisyaratkan bahwa kedatangan seorang fasik kepada orang beriman jarang terjadi. Hal itu disebabkan orang fasik mengetahui bahwa kaum beriman tidak mudah dibohongi karena mereka akan meneliti kebenaran setiap informasi. Dari tafsir ini menunjukkan bahwa agama Islam melalui firman Allah SWT mengajarkan kaumnya untuk selalu memeriksa kebenaran berita atau informasi yang didapatkan.

Praktik pemeriksaan fakta ini juga sudah banyak dilakukan oleh organisasi media maupun lembaga independen untuk menilai kebenaran akan sebuah klaim yang dibuat dalam konteks tertentu. Klaim dalam hal ini merupakan suatu informasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga dipercaya oleh kebanyakan masyarakat sebagai suatu berita namun belum dapat dibuktikan kebenarannya. Salah satu lembaga yang melakukan praktik pemeriksaan fakta melalui media sosialnya adalah Tempo.co. Sebagai upaya menyikapi banyaknya penyimpangan informasi yang tersebar di media sosial, Tempo.co menciptakan sebuah kanalcekfakta yang dikhususkan untuk mengulas mengenai pemeriksaan fakta terhadap klaim atas isu yang tersebar di media sosial.

Salah satu cek fakta yang dilakukan oleh Tempo.co ini dilakukan melalui sosial media *Instagram*. Tempo.co membuat akun *Instagram* khusus dengan username @tempo.cekfakta dimana melalui akun tersebut, Tempo.co memberikan hasil dari pemeriksaan

fakta mengenai klaim atas isu-isu atau berita-berita yang tersebar di media sosial melalui postingan berupa infografik dan teks yang diunggah di halaman media sosial akun tersebut. Untuk memberikan kepercayaan pada khalayak akan kredibilitas Tempo.co dalam pemeriksaan fakta, Tempo.co sudah mendapatkan lisensi pemeriksaan fakta dari IFCN (International Fact Checking Network).

Penelitian ini dilakukan pada akun Instagram @tempo.cekfakta pada periode 8 Januari – 08 Maret 2020 atau selama 34 hari. Periode tersebut dipilih peneliti dengan alasan, pada periode tersebut terdapat lebih banyak postingan berita dengan skala internasional yang artinya berita-berita tersebut memiliki pengaruh yang cukup luas seperti, serangan bom oleh Amerika Serikat yang menewaskan Jendral Iran Qaseem Solaemani, konflik perbatasan wilayah laut Natuna antara Indonesia dan China, hingga munculnya wabah virus Corona di Wuhan, China.

Adanya peristiwa-peristiwa penting dalam periode ini, berdampak pada munculnya berbagai macam reaksi yang membuat informasi menjadi semakin berkembang. Selain itu, tak jarang ditemui informasi pada periode tersebut berasal dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, ditambah lagi dengan banyak pihak yang membagikan informasi secara cepat dan *massive* sebelum melakukan pemeriksaan terlebih dahulu. Oleh karena itu, peneliti memilih periode ini dikarenakan banyaknya informasi mengenai

berbagai peristiwa penting yang terjadi pada periode tersebut yang diunggah dalam akun @tempo.cekfakta.

Berdasarkan latar belakang diatas yang menyebutkan munculnya fenomena hoax dan pemeriksaan fakta yang dilakukan oleh akun Instagram @tempo.cekfakta mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Isi Unggahan Akun Instagram @tempo.cekfakta Periode 8 Januari – 8 Maret 2020 dalam Pemeriksaan Fakta”

B. Rumusan Masalah

Bagaimana karakteristik unggahan akun @tempo.cekfakta periode 8 Januari – 8 Maret 2020 dalam menampilkan pemeriksaan fakta melalui instagram?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu mengetahui karakteristik unggahan akun @tempo.cekfakta periode 8 Januari – 08 Maret 2020 dalam menampilkan pemeriksaan fakta melalui instagram.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini peneliti membagi menjadi dua bagian, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan keilmuan ilmu komunikasi atau kajian analisis media.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian yang selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baru para pengguna sosial media untuk lebih bijak dalam penggunaan media.

E. Telaah Pustaka

Sebelumnya peneliti telah melakukan telaah pustaka yang berguna sebagai rujukan bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Telaah pustaka didapat dari berbagai literatur dari penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian ini. Adapun literature yang penulis jadikan telaah pustaka adalah sebagai berikut

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIAGA
YOGYAKARTA

Penelitian yang pertama adalah sebuah jurnal yang berjudul “Analisis Isi Kekerasan Verbal dalam Sinetron “Tukang Bubur Naik Haji The Series” di RCTI, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur dengan tujuan untuk mengetahui adanya pelecehan verbal dalam opera sabun “Tukang Bubur Naik Haji The Series di RCTI”. Penelitian dilakukan menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Hasil penelitian menemukan contoh pelecehan verbal

kata kasar, mengancam, dan menghina. Persamaan dengan penelitian peneliti yaitu memiliki metode penelitian yang sama yaitu analisis isi kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada temanya dimana peneliti ingin meneliti tentang pemeriksaan fakta di media sosial.

Penelitian yang kedua yaitu jurnal yang berjudul "Inovasi Jurnalis Daring dalam Kolaborasi Tim Cek Fakta Selama Pembeitaan Pilpres 2019. Vol 9, No.1 Juni 2020. Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Jakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Kolaborasi dalam pemeriksaan fakta merupakan inovasi yang memperkuat literasi media yang kehadirannya penting bagi kondisi ruang publik yang demokratis. Kemudian persamaan dengan penelitian terletak pada latar belakang permasalahan yang sama yaitu tentang hoaks dan memiliki pembahasan yang sama yaitu mengenai Pemeriksaan Fakta. Perbedaan penelitian ini terdapat pada metode penelitian, dimana penelitian yang dijadikan acuan menggunakan metode kualitatif, sedangkan metode yang peneliti gunakan adalah metode analisis isi.

Penelitian yang terakhir yaitu jurnal yang berjudul "Kredibilitas Portal Berita Online dalam Pemberitaan peristiwa Bom Sarinah Tahun 2016 (Analisis Isi Detik.com dan Kompas.com periode 14 Januari-14 Februari 2016) Vol 12, Nomor 1 Oktober 2017 Jurnal prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.

Pembahasan jurnal ini yaitu menganalisis kredibilitas pada akun portal berita detik.com dan kompas.com dalam periode yang ditentukan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai kredibilitas portal berita daring Kompas.com lebih tinggi dibandingkan dengan nilai kredibilitas Detik.com dalam pemberitaan. Persamaan jurnal ini dengan penelitian peneliti yaitu menggunakan metode penelitian analisis isi deskriptif. Namun perbedaannya yaitu terletak pada tema penelitian, dimana dalam jurnal ini tentang kredibilitas berita sedangkan peneliti berfokus pada karakteristik unggahan dalam memeriksa fakta.



Tabel 2
Telaah Pustaka

No	Nama	Judul Artikel / Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Mufti Nurlatifah, Irwansyah	Analisis Isi Kekerasan Verbal dalam Sinetron “Tukang Bubur Naik-Haji The Series” di RCTI Vol 9, No. 2. Oktober 2014 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur	Pelecehan verbal dari kecenderungan muncul di sinetron Tukang Bubur Naik Haji episode 396 – 407, yaitu kategori mengucapakan kata-kata kasar, mengancam, dan menghina	Memiliki metode penelitian yang sama yaitu, analisis isi kuantitatif	Tema penelitian dalam jurnal ini tentang kekerasan verbal sedangkan peneliti berfokus pada karakteristik konten dalam pemeriksaan fakta
2	Dian Tri Hapsari	Inovasi Jurnalis Daring dalam Kolaborasi Tim Cek Fakta Selama Pemberitaan Pilpres 2019 . Vol 9, No.1, Juni 2020. Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Jakarta	Kolaborasi dalam pemeriksaan fakta merupakan inovasi yang memperkuat literasi media yang kehadirannya penting bagi kondisi ruang publik yang demokratis.	Latar belakang permasalahan yang sama yaitu tentang hoaks dan memiliki pembahasan yang sama yaitu mengenai Pemeriksaan Fakta.	Metode penelitian yang digunakan jurnal ini yaitu kualitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode analisis isi.
3	Christiany Juditha	Kredibilitas Portal Berita Online Dalam Pemberitaan Peristiwa Bom Sarinah Tahun 2016 (Analisis Isi Detik.com dan Kompas.com Periode 14 Januari-14 Februari 2016) Vol 12, Nomor 1, Oktober 2017 Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia	Nilai kredibilitas portal berita daring Kompas.com lebih tinggi dibandingkan dengan nilai kredibilitas Detik.com dalam pemberitaan	Kesamaan metode penelitian yang digunakan yaitu analisis isi dengan pendetakan deskriptif.	Tema penelitian dalam jurnal ini tentang kredibilitas berita sedangkan peneliti berfokus pada karakteristik konten dalam memeriksa fakta

Sumber : Olahan Peneliti

F. Landasan Teori dan Definisi Konseptual

1. Landasan Teori

a. Media Sosial

1) Definisi Media Sosial

Van Dijk dalam Nasrullah (2015: 11) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) daring yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Meike dan Young dalam Nasrullah (2015: 11) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015: 11) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh *editor* sebagaimana di instansi media massa. Pada intinya, dengan media sosial dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah

dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual.

2) Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (cyber) dikarenakan media sosial merupakan salah satu platform dari media siber. Namun demikian, menurut Nasrullah (2015) media sosial memiliki karakter khusus, yaitu:

a. Jaringan (Network)

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.

b. Informasi (Informations)

Informasi menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

c. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bias diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

d. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

e. Simulasi Sosial (*Simulation of Society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia *virtual*. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.

f. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Konten sosial media sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi.

Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

3) *Instagram*

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. *Instagram* sendiri masih merupakan bagian dari *facebook* yang memungkinkan teman

facebook itu mengikuti kita dalam akun media sosial *instagram*. Makin populernya *instagram* sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto mengakibatkan banyak pengguna yang terjun ke ranah bisnis seperti akun sosial bisnis yang turut mempromosikan produk-produknya lewat *instagram*. (M Nisrina, 2015:137).

Instagram sendiri menjadi media sosial yang sangat populer di Indonesia. *Instagram* memungkinkan penggunanya untuk bisa membagikan kegiatan kesehariannya melalui media foto dan tulisan. Lebih dari itu, *Instagram* juga mampu menjadi media promosi bisnis bagi pengusaha. Selain itu, tak jarang *instagram* juga menjadi sarana edukasi yang bisa digunakan bagi elemen instansi atau organisasi tertentu.

b. Pemeriksaan Fakta

Mulanya, Mantzarlis, 2018 (dalam Ireton & Posetti, 2018: 81) menyatakan bahwa pemeriksaan fakta dilakukan untuk kegiatan memverifikasi atau memeriksa kebenaran fakta, mengevaluasi, dan mengoreksi kembali berita-berita yang dibuat oleh para reporter sebelum akhirnya dipublikasikan (ex-ante). Hal ini dilakukan untuk mempertahankan kualitas berita. Namun kini definisi pemeriksaan fakta telah mengalami pergeseran. Menurut Lucas Graves (2016: 3) mendefinisikan pemeriksaan

fakta sebagai praktik memeriksa, menakar, dan menilai klaim yang sudah dipublikasikan.

Menurut Irwansyah (2019: 131) implementasi pemeriksaan fakta dituangkan pada satu laman yang menyajikan elaborasi fakta dan data secara keseluruhan. Proses verifikasi klaim dalam pemeriksaan fakta ini ditampilkan sejak awal hingga menghasilkan kesimpulan kebenaran atas klaim tersebut termasuk data-data dan cara penelusuran yang dilakukan untuk verifikasi fakta. Irwansyah (2019:130) juga menyebutkan pemeriksaan fakta dibagi kedalam tiga aspek yaitu:

- a. Fungsi pokok dari pencari fakta.
- b. Tujuan yang hendak didapatkan dari ekosistem digital yang dibangun pada pemeriksaan fakta
- c. Hasil akhir dari yang terjadi pada pemeriksaan fakta

Berkaitan dengan fungsi pokok pencari fakta, pemeriksaan fakta memiliki ciri khas yang membedakannya dengan berita biasayaitu terletak pada modal dasar. Bagi Irwansyah pada pemeriksaan fakta, modal berasal dari klaim pihak-pihak tertentu atas suatu fenomena. Modal dasar ini menjadi titik awal pemeriksaan fakta yang akan dilakukan oleh seorang jurnalis atau lembaga pemeriksaan fakta disebut sebagai nara-sumber utama.

Amazeen, 2017 (dalam Irwansyah, 2019: 125) mengemukakan bahwa, perspektif pengetahuan menjadi tujuan utama pemeriksa fakta yaitu mendidik publik, meningkatkan perilaku politik, dan meningkatkan kualitas jurnalisme. Oleh karenanya, pencari fakta juga membantu masyarakat untuk memahami letak distorsi dan konteks permasalahan secara keseluruhan. Jika klaim fakta yang ditemukan ternyata misinformation atau hoax, maka pencari fakta memiliki kewajiban untuk memberikan bukti bahwa informasi tersebut hoaks serta menunjukkan informasi yang tepat.

Interaktivitas dalam pemeriksa fakta, dilakukan dengan memberikan sajian data yang menunjukkan data yang hoax dan data yang benar, selain itu pencari fakta juga memberikan tautan pada laman tertentu yang bisa memberikan data sah terkait fakta. Maka, masyarakat yang membaca hasil pemeriksaan fakta ini tidak hanya diajak untuk memahami narasi yang hendak diketengahkan oleh pemeriksa fakta, tapi juga membaca konteks permasalahan secara keseluruhan guna mendapatkan narasi utuh atas fenomena, Irwansyah (2019: 131)

Aspek terakhir dari pemeriksa fakta adalah integrasi. Bagi Irwansyah (2019: 131) yang mengacu pada rekomendasi First Draft (2016) yang mengadaptasi proses pemeriksaan fakta yang dilakukan oleh Google News Initiative, kesimpulan atas

fakta yang diperiksa oleh media bisa disimpulkan dalam tujuh kategori, yaitu: *false connection, false context, manipulated content, satire or parodi, misleading content, imposter content, fabricated content.*

2. Definisi Konseptual

Konsep secara umum dapat didefinisikan sebagai abstraksi atau representasi dari suatu objek atau gejala sosial (Eriyanto, 2013:175). Konsep menempati posisi penting dalam analisis isi kuantitatif. Setelah konsep ditentukan, peneliti melakukan operasionalisasi konsep yakni memberi arti pada konsep (Neuman dalam Eriyanto, 2013:175). Konsep yang diteliti dalam penelitian ini yaitu isi pemeriksaan fakta yang ditampilkan dalam akun Instagram @tempo.cekfakta.

Penelitian ini menggunakan definisi pemeriksaan fakta menurut Irwansyah (2019: 131) yang menyatakan bahwa pemeriksaan fakta tertuang pada satu laman dalam media digital yang menyajikan elaborasi fakta dan data secara keseluruhan dan juga menampilkan proses verifikasi klaim sejak awal hingga menghasilkan kesimpulan kebenaran atas klaim tersebut. Agar dapat diukur dan diteliti, konsep diturunkan kedalam beberapa indikator. Hal ini karena analisis isi hanya dapat dilakukan dengan mengamati aspek-aspek yang konkret yang terlihat secara nyata dan dapat diobservasi oleh peneliti (Eriyanto, 2013: 177). Maka dalam

penelitian ini karakteristik pemeriksaan fakta dalam unggahan akun @tempo.cekfakta dianalisa menggunakan empat indikator diantaranya:

1. Sumber Utama

Sumber utama merupakan modal dasar yang menjadi titik awal pemeriksaan fakta. Sumber ini bisa berasal dari mana saja di wilayah konten digital seperti laman berita tertentu, bisa pula berasal dari media sosial.

2. Perspektif Pengetahuan

Perspektif pengetahuan merupakan bangunan pengetahuan yang memberikan keluasan pemahaman kepada masyarakat guna membantu masyarakat membangun kesimpulan. Perspektif pengetahuan dibangun dari sebuah data yang membuat masyarakat bergerak untuk menilai ketepatan informasi dan data, juga membantu masyarakat untuk memahami letak distorsi dan konteks permasalahan secara keseluruhan.

3. Interaktivitas

Interaktivitas yang dibangun antara pencari fakta dengan masyarakat ditunjukkan dari konten media yang diberikan melalui unggahan kepada masyarakat, juga tautan dari konten ke konten sebagai bagian dari verifikasi data. Keterlibatan masyarakat dalam

membaca keseluruhan informasi melalui sumber-sumber asli ini merupakan ciri khas dari pemeriksaan fakta.

4. Integrasi.

Pada konteks implementasi pemeriksaan fakta, integrasi ini berarti evaluasi atau penilaian akhir atas klaim fakta yang disajikan sejak awal. Hal ini berkaitan dengan sajian kesimpulan yang menunjukkan apakah klaim fakta yang diperiksa sejak awal benar atau tidak. Integrasi sebagai simpulan akhir dari pemeriksaan fakta ini setiap media memiliki ciri khas masing-masing. Rekomendasi yang ditawarkan oleh Google News Initiative dan First Draft merupakan konsep yang paling kompleks dan detail untuk menunjukkan integrasi data, fakta, dan narasi yang dibangun. Akan tetapi, pada praktiknya kebanyakan pemeriksaan fakta menggunakan simpulan simpulan yang lebih sederhana. Media memberikan ruang kepada masyarakat untuk turut menyimpulkan karena dalam prosesnya masyarakat juga terlibat untuk melakukan verifikasi (Irwansyah, 2019: 132)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

G. Kerangka Pemikiran

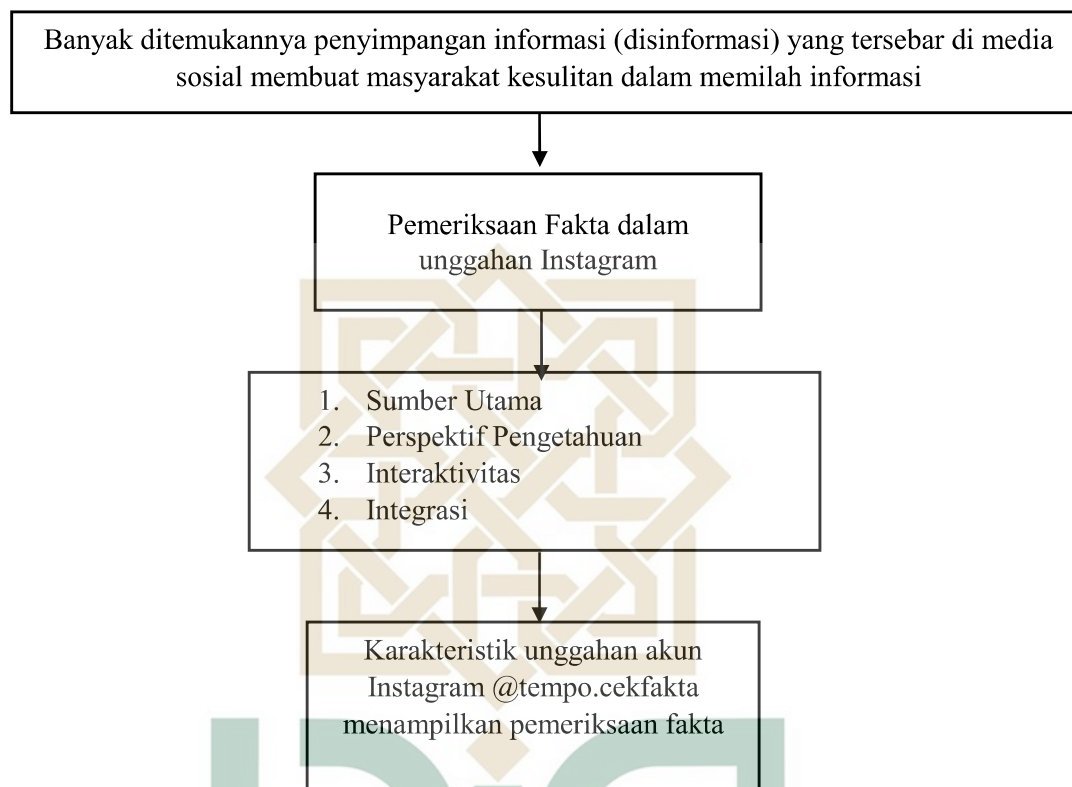
Manusia tidak dapat lepas dari kebutuhan informasi dalam hidupnya. Saat ini internet menghadirkan banyak informasi yang dapat dengan mudah dan bebas diakses oleh semua orang. Namun dengan banyaknya informasi yang disediakan melalui internet ini membuat masyarakat menjadi kesulitan dalam memilah dan memilih informasi antara yang benar dan salah (hoaks). Sebuah akun instagram dengan *username* @tempo.cekfakta hadir dengan menyediakan unggahan berupa pemeriksaan fakta atas informasi atau klaim yang tersebar di media sosial. Melalui unggahan-unggahannya masyarakat dapat mengetahui banyak kebenaran informasi yang tersebar di media sosial.

Berangkat dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui karakteristik unggahan akun @tempo.cekfakta dalam menampilkan pemeriksaan fakta. Penelitian ini menggunakan konsep pemeriksaan fakta yang dikemukakan oleh Irwansyah (2019). Alat ukur untuk mengetahui karakteristik unggahan akun dalam penelitian ini terdiri dari 4 indikator berdasarkan konsep pemeriksaan fakta yang peneliti gunakan yaitu sumber utama, perspektif pengetahuan, interaktivitas, dan integrasi. Indikator-indikator ini dibagi lagi menjadi beberapa kategori dan item.

Berikut kerangka pemikiran penelitian yang dirangkum dalam sebuah gambar skema untuk memudahkan pemahaman pembaca.

Gambar 2

Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis analisis isi deskriptif, hal ini dikarenakan peneliti akan menggambarkan karakteristik isi konten dan memberikan analisa dalam postingan akun Instagram @tempo.cekfakta. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji suatu hipotesis tertentu atau uji hubungan maupun uji pengaruh yang terjadi pada dua variabel penelitian. Peneliti berupaya untuk menggambarkan karakteristik konten pemeriksaan fakta pada akun @tempo.cekfaktasecara sistematis dan objektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti melakukan analisis terhadap frekuensi dan munculnya subjek atau variabel yang akan diamati yang telah disusun dalam kategori-kategori.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi. Hal ini dikarenakan penelitian dilakukan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk teks yang ada dalam ranah publik. Ardial (2015: 272) menjelaskan bahwa penelitian teknik analisis isi adalah teknik penelitian alternatif dalam kajian ilmu komunikasi yang cenderung mengarah pada sumber (*source*) ataupun penerima pesan (*receiver*). Penelitian ini mengedepankan

penyajian data yang terstruktur, dan memberikan gambaran terinci tentang objek penelitian berupa analisa isi pesan komunikasi.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Eriyanto (2011: 109) mengatakan bahwa populasi adalah semua anggota dari objek yang ingin kita ketahui isinya. Populasi harus didefinisikan secara jelas agar anggota dari populasi dapat ditentukan secara cermat. Populasi penelitian ini adalah postingan *Instagram* akun *@tempo.cekfakta* periode 08 Januari – 08 Maret 2020 yang berjumlah sebanyak 39 postingan.

b. Sampel

Dalam penelitian ini, penarikan sample dilakukan dengan metode sampel acak (*probability sampling*), dimana setiap anggota populasi diberikan peluang sama untuk terpilih sebagai sample (Eriyanto, 2011: 118). Dalam menentukan sample, peneliti menggunakan teknik *sampling total sampling* yaitu teknik penentuan sampel bila populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan ketika jumlah populasi relatif kecil, sehingga penelitian dapat digeneralisasikan dengan kesalahan yang sangat kecil. Sample pada penelitian ini adalah postingan *Instagram* akun *@tempo.cekfakta* periode 08 Januari – 08 Maret 2020 dengan total sebanyak 39 postingan.


4. Definisi Operasional

Tabel 3

Operasionalisasi Variabel

No	Indikator	Kategorisasi	Item
		1. Klaim berupa Foto	Akun @tempo.cek fakta menampilkan sumber klaim berupa foto yang berasal dari media sosial <ol style="list-style-type: none"> a. Facebook b. Instagram c. Twitter d. Lebih dari satu media (klaim beredar di dua atau lebih media sosial / klaim hanya disebutkan beredar di media sosial)
Sumber Utama		2. Klaim berupa Video	Akun @tempo.cek fakta menampilkan sumber klaim berupa video yang berasal dari media sosial <ol style="list-style-type: none"> a. Youtube b. Instagram c. Facebook d. Twitter e. WhatsApp

		<p>f. Lebih dari satu media (klaim beredar di dua atau lebih media sosial / klaim hanya disebutkan beredar di media sosial)</p>	<p>Akun @tempo.cek fakta menampilkan sumber klaim berupa narasi atau peslan yang berasal dari media sosial</p> <ol style="list-style-type: none"> Laman berita online Pesan dalam aplikasi berbasis komunikasi (WhatsApp/Line/Messenger) Facebook Lebih dari satu media (klaim beredar di dua atau lebih media sosial / klaim hanya disebutkan beredar di media sosial)
<p>2</p>	<p>Perspektif Pengetahuan</p>	<p>3. Klaim berupa Narasi</p> <p>Perspektif pengetahuan pada akun @tempo.cekfakta ditampilkan dalam bentuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> Hasil penelusuran media sosial/ laman berita Pernyataan para ahli Keterangan langsung dari pihak yang bersangkutan Gabungan 	<p>(Jenis data dan informasi yang digunakan untuk memeriksa fakta dapat diamati langsung melalui unggahan akun @tempo.cekfakta)</p>

3	Interaktivitas	<p>1. Unggahan Foto</p> <p>2. Unggahan IGTV</p>	<p>(Interaktivitas juga dibangun melalui link yang diberikan agar pembaca dapat membaca atau memahami informasi lebih jelas. Hal ini sudah dapat ditemukan dalam keseluruhan unggahan foto dalam akun @tempo.cekfakta.)</p>
4	Integrasi	<p>1. Benar Klaim dapat dibuktikan kebenarannya berdasarkan sumber yang ditampilkan dalam unggahan akun @tempo.cekfakta</p> <p>2. Sebagian Benar Sebagian pernyataan dalam klaim benar berdasarkan pemeriksaan fakta yang tertuang dalam unggahan akun @tempo.cekfakta</p> <p>3. Tidak Terbukti Data yang ditampilkan dalam unggahan akun @tempo.cekfakta tidak dapat menunjukkan bahwa pernyataan dalam klaim akurat atau tidak.</p>	

	<p>4. Sesat Pernyataan dalam klaim menggunakan fakta dan data yang benar, namun cara penyampaian atau kesimpulannya keliru serta mengarahkan ke tafsir yang salah.</p>	<p>Mengidentifikasi jenis penyimpangan apa yang ada pada klaim</p> <ol style="list-style-type: none"> Antara informasi yang disampaikan dengan unsur pendukungnya (gambar/video/narasi/ilustrasi/) tidak ada hubungannya. Informasi memuat konteks tidak sesuai
<p>5. Keliru Klaim tidak akurat</p>		<p>Mengidentifikasi jenis penyimpangan apa yang ada pada klaim</p> <ol style="list-style-type: none"> Informasi pada klaim dibuat-buat (unsur berita tidak sesuai dengan fakta / telah megalami penyuntingan) Klaim memuat foto/video/peistiwa yang pernah terjadi namun konteks informasi tidak benar

5. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa lembar *coding (coding sheet)*, yaitu alat ukur yang dipakai peneliti dengan dibantu oleh beberapa *coder* untuk mengetahui karakteristik unggahan akun Instagram @tempo.cekfakta selama periode 08 Januari - 08 Maret 2020 dalam menampilkan pemeriksaan fakta.

b. Data Sekunder

Data ini terdiri dari peneliti dan informasi yang sudah ada sebelumnya. Data sekunder dalam penelitian ini adalah kepustakaan, meliputi: buku, jurnal, artikel dan internet.

6. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap karakteristik unggahan akun Instagram @tempo.cekfakta selama periode 08 Januari - 08 Maret 2020 dalam menampilkan pemeriksaan fakta melalui *coding sheet* yang dibantu oleh beberapa *coder* sebagai data primernya, sedangkan data sekunder diperoleh dari internet dan buku. Dengan menggunakan metode pengumpulan data ini diharapkan peneliti mendapat informasi yang mendukung analisis data.

7. Uji Validitas

Validitas dalam analisis isi berfungsi untuk memastikan apakah alat ukur yang digunakan oleh peneliti sah (valid) dan karenanya dapat menjamin bahwa temuan-temuan dalam penelitian juga dihasilkan dari pengukuran yang tepat (Eriyanto, 2011:259). Hal ini yang membuat validitas menjadi penting dalam penelitian analisis isi ini, karena temuan penelitian didasarkan pada alat ukur yang dipakai. Penelitian ini menggunakan validitas Konstruk (Construk Validity). Menurut Neuendorf (dalam Eriyanto,200:28) validitas konstruk adalah validitas yang melihat apakah alat ukur disusun atau diturunkan dari suatu kerangka teori tertentu. Alat ukur dalam penelitian ini diturunkan berdasarkan konsep pemeriksaan fakta yang kemukakan oleh Irwansyah (2019).

8. Uji Reliabilitas

Data yang reliabel, menurut definisi adalah data yang tetap konstan dalam seluruh variasi pengukuran. Reliabilitas melihat sejauh mana alat ukur dan data yang dihasilkan menggambarkan variasi yang ada dalam gejala yang sebenarnya. Alat ukur yang reliabel seharusnya melahirkan hasil yang sama, tanpa tergantung kepada keadaan (Krippendorff, 2006: 212 dalam Eriyanto, 2011: 82). Untuk melakukan tes reliabilitas antar coder akan diberikan alat ukur (lembar coding) dan diminta untuk menilai sesuai dengan petunjuk dalam lembar coding. Hasil dari pengisian coder inilah yang akan

benar, tidak terbukti, sesat, dan keliru. Kategori kesimpulan ini memiliki kriterianya masing-masing sesuai dengan letak distorsi dari klaim yang diperiksa faktanya dalam unggahan seperti yang dijelaskan melalui website resmi milik Tempo.Cekfakta.

Berdasarkan data hasil pengkodean yang dilakukan oleh peneliti dan para *coder*, karakteristik selanjutnya yang ditemukan dalam unggahan akun @tempo.cekfakta periode 08 Januari – 08 Maret 2020 ini yaitu hasil akhir dengan kategori keliru menjadi yang terbanyak diungkap selama periode ini yaitu sebesar 53,85%, sedangkan kategori sesat menempati posisi kedua dengan presentase sebesar 41,03%, lalu kategori benar dan tidak terbukti memiliki presentase yang sama yaitu 2,56%, dan kategori sebagian benar memiliki presentase paling rendah yaitu sebesar 0%.

Selain itu bentuk evaluasi juga turut tersaji dalam unggahan akun @tempo.cekfakta. Melalui unggahannya, akun @tempocekfakta menyertakan sumber atau keterangan pada setiap data atau informasi yang disajikan. Hal ini dimaksudkan untuk memberi kebebasan kepada masyarakat untuk menyimpulkan dan menjadi bagian dalam verifikasi klaim. Berdasarkan pengamatan peneliti kolom komentar menjadi salah satu fitur yang dimanfaatkan untuk berdiskusi

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti sampaikan pada bab sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui karakteristik unggahan akun instagram @tempo.cekfakta periode 08 Januari – 08 Maret 2020 dalam menampilkan pemeriksaan fakta. Peneliti menggunakan empat indikator yaitu, sumber utama, perspektif pengetahuan, interaktivitas, dan integrasi. Peneliti juga membagi indikator kedalam beberapa kategori dan item-item untuk melakukan penelitian melalui lembar coding.

Unggahan akun instagram @tempo.cekfakta memiliki beberapa karakteristik dalam menampilkan pemeriksaan fakta. Berdasarkan Indikator sumber utama, karakteristik dari unggahan akun instagram @tempo.cekfakta yaitu banyak mengungkap kebenaran klaim narasi sebagai sumber/modal dalam mengungkap fakta. Hal ini dibuktikan dengan perolehan persentase tertinggi untuk kategori klaim narasi yaitu sebesar 42,3%. Selain itu sebanyak lebih dari 50% unggahan memeriksa fakta atas klaim yang telah beredar di lebih dari satu platform media sosial. Unggahan akun

@tempo.cekfakta menampilkan klaim dalam bentuk gambar tangkapan layar yang diperjelas melalui keterangan yang dituliskan oleh admin.

Karakteristik selanjutnya yaitu berdasarkan indikator perspektif pengetahuan. Berdasarkan indikator ini, unggahan akun @tempo.cekfakta memiliki karakteristik yaitu lebih banyak menampilkan data-data dan informasi yang berasal dari penelusuran media online/laman berita. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa presentase tertinggi dari indikator perspektif pengetahuan diperoleh kategori penelusuran dari media online/laman berita yaitu sebesar 53,85%. Admin juga mencantumkan sumber dan didukung oleh gambar sebagai bukti untuk memperkuat data.

Interaktivitas dalam akun instagram @tempo.cekfakta ditampilkan melalui unggahan foto dan unggahan IGTV. Berdasarkan hasil penelitian, unggahan akun @tempo.cekfakta memiliki karakteristik yaitu lebih banyak memanfaatkan unggahan foto dalam menampilkan pemeriksaan fakta. Karakteristik ini dibuktikan dengan presentasi tertinggi untuk unggahan foto yaitu sebesar 89,74%. Karakteristik lain berdasarkan indikator ini yaitu pada setiap unggahan foto akun @tempo.cekfaktaturut menyertakan link untuk membaca informasi selengkapnya menuju website Tempo.Cekfakta

Berdasarkan indikator integrasi, karakteristik unggahan akun @tempo.cekfaktayaitu memiliki kategori penilaian akhir yang khusus digunakan oleh Tempo. Kategori penilaian akhir ini terbagi menjadi lima diantaranya, benar, sebagian benar, tidak terbukti, sesat, dan keliru. Kelima kategori penilaian ini dibuat berdasarkan letak distorsi dari klaim. Karakteristik selanjutnya yang ditemukan berdasarkan indikator ini adalah hasil akhir dengan kategori keliru menjadi yang terbanyak diungkap dalam unggahan akun @tempo.cekfakta periode 08 Januari – 08 Maret 2020 yaitu sebesar 53,85%. Sedangkan presentase terkecil di peroleh kategori sebagian benar yaitu sebesar 0%.



B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki saran dan masukan untuk pihak-pihak terkait penelitian ini.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya, jika sekiranya penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk melakukan penelitian lanjutan yang lebih mendalam tidak hanya secara empiris saja tetapi juga dapat meneliti dari sisi tim pencari faktanya dengan menggunakan kompetensi pemeriksaan fakta yang dikemukakan oleh para ahli. Selain itu untuk penelitian selanjutnya dapat membahas lebih lanjut terkait jenis kesalahan atau penyimpangan informasi apa yang paling banyak tersebar di media sosial mengaju pada jenis kecacauan informasi milik First Draft tahun 2018 atau berdasarkan teori lainnya.

2. Bagi Akun Instagram @tempo.cekfakta

Saran untuk para admin @tempo.cekfakta agar dapat menyertakan juga tautan-tautan dari data yang disampaikan agar lebih mempermudah pembaca menuju situs aslinya dan dapat lebih mudah mengetahui informasi secara keeluruhannya. Selain itu, klaim yang diperiksa faktanya dipastikan bahwa klaim tersebut benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat untuk diketahui kebenarannya.

3. Bagi Mahasiswa dan Pembaca Media Daring

Mahasiswa dan pembaca media daring hendaknya lebih bijak lagi dalam menerima berbagai jenis informasi dan tidak menyebarkan informasi yang belum jelas kebenarannya. Selain itu membiasakan diri untuk memeriksa informasi baik secara mandiri maupun melalui platform semacam instagram @tempo.cekfakta ini juga dapat mengurangi penyebaran hoaks dan misinformasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Ardial. 2015. Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita
- Eriyanto. 2011. Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana
- Funke, D dan A, Mantzarlis. 2018. The Year of Fact Checking.
www.poynter.org
- Graves, Lucas. 2016. "Why do the Journalists Fact Check" Universitas of Wisconsin
- Ireton, Cherilyn. Posetti, Julie. 2018. "Journalism, Fake News & Disinformation". France : UNESCO
- Irwansyah. 2019. "*Fact-Checking Journalism sebagai Platform Kolaborasi Human and Machine* pada Jurnalisme Digital. Jurnal Program Doktor Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia
- Juditha, Christiany. 2016. "Kredibilitas Portal Berita Online Dalam Pemberitaan Peristiwa Bom Sarinah Tahun 2016 (Analisis Isi Detik.com dan Kompas.com Periode 14 Januari-14 Februari 2016). Jurnal Prodi ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia

- Juditha, Christiany. 2018. “Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya. Jakarta. Puslitbang APTIKA Kementerian Komunikasi dan Informatika RI
- Maharani, Tsarina. 2019. “Kominfo Identifikasi 486 Hoax Sepanjang April 2019, 209 Terkait Politik”. <https://news.detik.com/berita/> dalam google.com
- M Nisrina. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Sasmito, Aribowo. 2019. “(SALAH) Kontainer surat suara yang sudah dicoblos” <https://turnbackhoax.id/> dalam google.com
- Shihab, M. Quraish. 2009. “Tafsir Al Mishbah”. Jakarta: PT Lentera Hati,
- The Aspen Institute. 2019 “*Information Communities: Sustaining Democracy in The Digital Age*. Collaborative Communications Group
- Tri Hapsari, Dian. 2020 “Inovasi Jurnalis Daring dalam Kolaborasi Tim Cek Fakta Selama Pemberitaan Pilpres 2019. Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Jakarta
- We are Social. 2020. “Digital 2020 Global Digital Overview”. Indonesia : Hoot Suite