

**BAB I**  
**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Masalah**

Penelitian ini berfokus pada kajian tentang bagaimana proses *gatekeeping* dalam menjaga akurasi berita di tengah serbuan *hoax*. Penelitian ini merupakan studi kasus pada Radio Suara Surabaya. Sebagaimana diketahui, bahwa peredaran berita bohong (*hoax*) di Indonesia saat ini telah menjadi masalah serius. Hal tersebut disampaikan Staf Ahli Menteri Komunikasi dan Informasi Gun Gun Siswadi pada seminar nasional peringatan Hari Pers Nasional 2018. Pada kesempatan itu, Gun Gun Siswadi menyatakan bahwa Indonesia tengah berada dalam kondisi darurat *hoax* atau berita yang tidak terjamin kebenarannya (Marboen, 2017). Selain itu, Lembaga Pertahanan Nasional melalui Direktur Pengkajian Ideologi Politik Lemhannas RI, Brigjen TNI Anton Nugroho SH, MM, MH pun juga telah menyatakan hal yang sama, bahwa kondisi darurat *hoax* di Indonesia telah menjadi konsentrasi bersama seluruh pemangku kepentingan nasional (Ahmad, 2019).

Fenomena *hoax* sebenarnya bukan masalah baru. Menurut Gunawan & Ratmono (2018:3) *hoax* telah ada sejak ratusan tahun lalu. Namun, dalam catatan Gunawan & Ratmono (2018:1) *proliferasi* dan penyebaran berita bohong atau *hoax* telah terjadi di Indonesia sejak pertengahan tahun 2015, dan terus mengalami peningkatan khususnya melalui situs internet dan media sosial. *Hoax* lebih sering diartikan sebagai berita bohong atau berita palsu yang dibuat tidak sesuai dengan kenyataan. Karena kurangnya informasi dan pengetahuan, akhirnya

digembor-gemborkan, seolah-olah informasi itu benar, padahal tidak (Ali dalam Wahyudin dan Sunuantari, 2017:92). Kemudian *hoax* menjadi semakin berkembang dan marak terjadi seiring dengan perkembangan teknologi media komunikasi baru berbasis internet.

Hadirnya media baru yang ditandai dengan adanya interkoneksi, keterbukaan akses, interaktifitas, dan bersifat massif, telah menjadi saluran utama masyarakat untuk berbagi dan mendapatkan informasi. Secara sederhana, media baru mampu mengakomodir siapapun untuk berinteraksi, menuangkan gagasan, mereproduksi gagasan, dan menyebarkannya dengan mudah. Perkembangan ini juga diikuti dengan sistem politik di tanah air yang terus bergerak ke arah lebih demokratis. Sebagaimana diketahui bahwa dalam demokrasi, frase *freedom of speech* menjadi kata kunci yang sering digaungkan, sehingga mendorong tingginya partisipasi warga masyarakat untuk aktif menyuarakan aspirasi dalam proses pengambilan kebijakan publik, dan pengelolaan pemerintahan yang transparan.

Bersamaan dengan itu, hadirnya media baru turut merubah cara partisipasi warga dalam menyampaikan pendapat. Masyarakat menjadi semakin aktif menyuarakan gagasan dan kritiknya melalui media baru. Ketidaksepakatan dengan berbagai kebijakan pemerintah seringkali mereka tuangkan dalam media baru. Namun, kritik-kritik itu seringkali justru menjurus dan dibelokkan menjadi ujaran kebencian yang saling menjatuhkan. Pemerintah dan pihak-pihak yang berafiliasi diposisikan sebagai musuh bersama yang harus dijatuhkan. Sehingga kritik-kritik yang disampaikan justru dikemas sedemikian rupa menjadi provokasi yang menyulut kebencian (Gunawan & Ratmono, 2018:30).

Gunawan & Ratmono (2018:x) menjelaskan bahwa peredaran *hoax* tidak hanya ditopang oleh kepentingan politik saja, tetapi juga oleh kepentingan ekonomi, bahkan ada kecenderungan kepentingan politik dan kepentingan ekonomi berjalan beriringan sehingga menghasilkan cara-cara tidak etis seperti menyerang lawan dengan memobilisasi kebohongan dan prasangka. Seperti yang terjadi pada sindikat Saracen, produsen *hoax* yang tidak hanya mendasari pembuatan *hoax* pada motif politik melainkan juga motif ekonomi. Awalnya media baru memang digunakan sebagai *platform* partisipasi aktif dalam proses politik, namun peluang ekonomi yang ditawarkan beberapa *platform* seperti Facebook dan Google *AdSense* turut mendorong proses komodifikasi *hoax*. Bahkan komodifikasi *hoax* mampu menghasilkan keuntungan dari iklan sekitar 600 hingga 700 juta rupiah pertahun. Sehingga tidak heran jika peredaran *hoax* di Indonesia semakin meningkat.

Berdasarkan hasil riset yang dirilis oleh Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel) tentang informasi palsu (*hoax*) di Indonesia tahun 2019 menyebutkan bahwa media baru berbasis internet telah memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan dan melipatgandakan penyebaran berita-berita *hoax* khususnya pada media sosial. Dalam riset tersebut diketahui bahwa media sosial telah menjadi sumber utama peredaran *hoax* dengan presentase sebesar 87,5%. Selain media sosial, penyebaran *hoax* juga mengandalkan platform media baru lainnya, seperti aplikasi *chatting* sebanyak 67%, Situs Web 28,2%, dan email 2,6% (MASTEL, 2019).

Salah satu alasan ketika media baru menjadi sumber peredaran *hoax* adalah karakter *user generated content (UGC)* yang memungkinkan penggunanya

dapat dengan mudah memproduksi informasi dan menyebarkannya secara massif dan cepat. Hanya dengan koneksi internet, siapapun dapat dengan mudah menyebarkan informasi maupun opini melalui berbagai bentuk data, text, gambar, suara, ataupun video dalam waktu yang cepat dan tak terbatas ruang dan waktu (Gunawan & Ratmono, 2018:14-15).

Selain itu, media baru juga memiliki karakter *anonymitas* pada penggunanya. Gunawan & Ratmono (2018:15) menjelaskan bahwa media baru juga memungkinkan penggunanya dapat menyembunyikan data *authorship*, sehingga mereka dapat dengan leluasa menyebarkan informasi secara *anonym*, mereka dapat memiliki ratusan profil yang berbeda untuk kepentingan yang berbeda-beda pula. *Anonymitas* inilah yang menurut Ess (2009:5) menjadi penyebab terjadinya bentuk-bentuk komunikasi yang kurang menarik, seperti *flaming*, *trolling* (tindakan yang secara sengaja membuat user lain emosi, frustrasi, dsb termasuk menyebarkan *hoax*), *cyberstalking* (memata-matai), dan *cyber-bullying*.

Menurut data yang dihimpun Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) melalui mesin AIS (*Automatic Identification System*) sejak bulan Agustus 2018 hingga April 2019, isu *hoax* di Indonesia yang telah diidentifikasi mencapai 1.731 jenis. *Hoax* tersebut terdiri dari berbagai isu seperti politik, kesehatan, pemerintahan, *hoax* yang berisikan tentang fitnah terhadap individu tertentu, kejahatan, isu agama, bencana alam, *hoax* yang berkaitan dengan mitos, penipuan, isu internasional, perdagangan serta isu tentang pendidikan (Siaran Pers No.95/HM/KOMINFO/05/2019).

Meskipun peredaran *hoax* lebih banyak terjadi pada media baru khususnya media sosial, bukan berarti media konvensional terbebas dari peredaran *hoax*. Bahkan beberapa media besar skala nasional yang seharusnya memiliki kredibilitas dalam menyampaikan berita secara akurat, tetap turut serta menjadi penyebar *hoax*. Ini dapat dilihat ketika harian Indopos edisi Rabu, 13 Februari 2019 mengangkat berita berjudul “Ahok Gantikan Ma’ruf Amin?”. Dalam berita tersebut, Indopos mengangkat isu yang sedang viral di media sosial yaitu “skenario” penggantian posisi calon wakil presiden nomor urut 01 Ma’ruf Amin oleh mantan Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama (Ahok). Pemberitaan tersebut telah dibantah oleh Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi - Ma’ruf Amin dan menegaskan bahwa berita tersebut *hoax*. Pemberitaan tersebut kemudian berlanjut pada pengaduan Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi - Ma’ruf Amin ke Dewan Pers yang akhirnya Indopos diputus bersalah.

Selain itu, berita *hoax* yang bersumber dari media sosial juga pernah diangkat oleh media besar lainnya, seperti yang terjadi pada peristiwa serangan terror bom di tiga tempat yang terjadi pada 14 Januari 2016 lalu pukul 10.40 WIB di Jl. Thamrin Jakarta Pusat. Dari peristiwa tersebut, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) memberikan sanksi kepada tujuh stasiun televisi dan satu stasiun radio. Dari delapan media tersebut, lima di antaranya yaitu TVOne, MetroTV, INews, TVRI dan Radio Elshinta telah melakukan pelanggaran penyebaran berita bohong atau *hoax*. Penyebaran berita bohong atau *hoax* tersebut berawal dari beredarnya informasi di aplikasi pesan WhatsApp dan media sosial lainnya, yang mengatakan bahwa serangan terror bom tidak hanya terjadi di Jl. Thamrin saja, tetapi juga

terjadi di beberapa tempat di Jakarta seperti Slipi, Kuningan, Cikini, Palmerah, Setiabudi, Permata Hijau dan Alam Sutera Tangerang.

Berita tersebut kemudian diangkat secara *live* dalam program *Breaking News*. Pemberitaan tersebutpun menyebar dan sempat dilansir di berbagai portal media *online*, bahkan pemberitaan tersebut juga sempat dilansir oleh beberapa media besar luar negeri seperti The Guardian, Associated Pers (AP) dan BBC World News (Franciscka, 2016). Namun pada akhirnya berita tersebut kemudian dikonfirmasi secara langsung oleh Kadiv Humas Mabes Polri, Irjen. Pol. Anton Charliyan, bahwa tidak ada ledakan atau penyerangan di sejumlah tempat di Jakarta sebagaimana ramai diberitakan di berbagai media (Santoso, 2016).

Peredaran *hoax* di media konvensional tidak lepas dari tuntutan kecepatan dalam mendapatkan berita. Sebagaimana diungkapkan Ishadi SK (dalam Azhar, 2017) bahwa persaingan media saat ini lebih menekankan pada kecepatan dan eksklusifitas. Semua berlomba untuk menjadi yang pertama dalam penyajian berita, harapannya adalah dapat meraup kepercayaan publik dan dianggap sebagai media paling *update*. Sementara media baru mampu mengakomodir kebutuhan tersebut.

Tidak dapat dipungkiri bahwa media baru memiliki kecepatan dalam memberikan informasi dan mampu memberikan beragam informasi terkini melalui karakter *user generated content*-nya. Masyarakat seringkali mencurahkan segala opini ataupun membagikan informasi kejadian yang ada disekitarnya kedalam media baru. Hal tersebut membuat jurnalis jauh lebih cepat mendapatkan komentar dari “orang di lapangan” tanpa harus “turun ke lapangan” secara langsung (Utomo, 2016).

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Alejandro (2010) menunjukkan bahwa jumlah jurnalis yang menggunakan media sosial sebagai sumber berita terus mengalami peningkatan secara drastis. Riset tersebut diperkuat dengan hasil laporan perusahaan konsultan komunikasi Maverick yang bekerjasama dengan Universitas Paramadina pada 2013 lalu. Laporan berjudul "*Indonesian Journalist Technographics Report 2012-2013*" tersebut menunjukkan bahwa 54 persen jurnalis dari berbagai daerah di Indonesia lebih mengandalkan media *online* dan media sosial sebagai sumber berita. Ironisnya, 85% jurnalis mengaku tidak lagi memeriksa fakta-fakta yang terjadi di lapangan. Jurnalis seringkali hanya bermodal konten yang viral di media sosial untuk dijadikan berita, padahal tidak semua konten yang ada di media *online* ataupun media sosial telah melalui proses verifikasi. Sehingga praktik semacam itu seringkali memunculkan permasalahan etika jurnalistik yang terkait dengan keakurasian berita.

Menurut Rahayu (dalam Maulina 2018:11) akurasi merupakan hal yang paling utama dalam sebuah pemberitaan. Akurasi merupakan ketepatan pada pemberitaan yang menyangkut verifikasi terhadap fakta, relevansi sumber berita dan akurasi penyajian. Sebuah informasi atau berita dikatakan memiliki akurasi apabila informasi yang disampaikan sesuai dengan fakta yang ada, mempunyai derajat ketepatan informasi, bebas dari kesalahan atau mengurangi kesalahan sedapat mungkin dan tidak bias atau menyesatkan (Hadi dalam Junaedi, 2017:333). Sehingga untuk menjaga keakurasian berita, perusahaan media menempatkan posisi *gatekeeper* (editor) di dalam ruang pemberitaan. *Gatekeeper* memiliki peran besar dalam menjamin keakurasian sebuah berita (Hadi, 2017).

Severin dan Tankard (2011:4) menjelaskan bahwa setiap pesan di media massa memiliki peranan penting dan pengaruh besar dalam kehidupan manusia. Ia menjadi mata dan telinga masyarakat, bahkan menjadi sarana dalam pengambilan keputusan dan pembentukan opini di tengah-tengah masyarakat. Bukan cuma itu, ia juga merupakan sumber utama untuk mengembangkan nilai-nilai dalam masyarakat. Dengan demikian, pesan yang disampaikan oleh media massa harus memiliki keakuratan disetiap pengemasannya, agar tidak memberikan dampak negatif bagi masyarakat.

Di media massa *gatekeeper* menjadi pihak yang ikut menentukan pengemasan sebuah pesan dari media massa, bahkan menurut Nurudin (2017) *gatekeeper* sangat menentukan kualitas informasi yang akan disebar. Baik buruknya dampak dari pesan yang disebarannyapun tergantung pada peran dan fungsi *gatekeeper*. Hiebert, Ungurait, dan Bohn (dalam Ardianto, 2012:36) menjelaskan bahwa *gatekeeper* memiliki empat fungsi dalam proses pemberitaan di media massa, yaitu membatasi informasi dengan mengeditnya sebelum disebar, memperluas kuantitas informasi dengan menambahkan fakta dan pandangan lain, menginterpretasi informasi, dan menyiarkan informasi. Sementara Saripudin & Qusyaini (2003) berpendapat bahwa peran *gatekeeper* memiliki fungsi sebagai penerima informasi dari suatu sumber dan menyampaikan informasi tersebut kepada penerima, menyeleksi atau menyaring informasi, dan mengatur arus pesan serta memodifikasi dalam komunikasi manusia.

Benang merah dari fungsi *gatekeeper* tersebut terdapat pada penyeleksian berita atau informasi. Dengan kata lain, sebelum berita atau informasi

disebarluaskan oleh sebuah media massa akan dilakukan penyeleksian oleh *gatekeeper* agar sesuai dengan etika jurnalistik atau aturan-aturan jurnalistik. Namun sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, bahwa meskipun perusahaan media telah menempatkan posisi *gatekeeper* di dalam ruang pemberitaan, tetap seringkali tidak luput dari masalah akurasi yang mengakibatkan pada terjadinya penyebaran *hoax*. Sehingga fungsi *gatekeeper* dalam menjaga akurasi berita sering dipertanyakan.

Pengertian informasi disini memiliki arti berbeda dengan berita. Menurut Soemantri dan Gavinov (2016:15), informasi merupakan pesan (ucapan atau ekspresi) atau kumpulan pesan yang terdiri dari *order sekuens* dari symbol, atau makna yang dapat ditafsirkan dari pesan atau kumpulan pesan. Sedangkan berita diartikan sebagai informasi, tetapi tidak semua informasi adalah berita. Berita merupakan informasi yang penting dan/atau menarik bagi khalayak *audience* (Morissan, 2018:8). Untuk menentukannya, dapat dilihat berdasarkan nilai berita (*news value*) yang terkandung dalam informasi tersebut (Morissan, 2018:8-10).

Suara Surabaya merupakan radio swasta pertama di Indonesia yang menjalankan format berita dan informasi secara interaktif. Dalam format tersebut Suara Surabaya tidak hanya menyuguhkan berita dan informasi dari hasil produksi sendiri, tetapi juga melibatkan pendengarnya secara aktif dalam siaran Suara Surabaya. Menurut Kuncoro (2018), pelibatan *audience* secara aktif, umumnya juga dilakukan oleh radio-radio lain. Pada radio siaran dengan format hiburan/musik seringkali dilakukan dengan mengajak *audience*-nya untuk berkirim-kirim salam, *request* lagu dan interaksi antara penyiar dengan pendengarnya melalui pembicaraan terkait topik-topik yang dibahas dalam

program. Sementara pada radio siaran dengan format *news/talk/information* lebih mengedepankan interaksi berupa tanggapan ataupun opini (*talk*) terkait topik-topik yang dibahas dalam program (Samsuddin, 2019).

Hal tersebut berbeda dengan yang dilakukan Suara Surabaya. Pelibatan *audience* pada Suara Surabaya tidak hanya dilakukan dengan mengedepankan interaksi berupa tanggapan ataupun opini terkait topik-topik yang dibahas dalam program, tetapi juga mengajak *audience*-nya untuk terlibat secara aktif dalam ruang pemberitaan melalui konsep *citizen journalism*. Suara Surabaya memberikan ruang selama 24 jam penuh bagi *audience*-nya untuk terlibat secara langsung dengan memberikan laporan informasi, opini, kritik pada suatu peristiwa baik secara langsung (*Live On-Air*) ataupun tidak langsung (melalui sambungan telepon secara *off-air* maupun media sosial). *Citizen journalism* (jurnalisme warga) merupakan praktik jurnalistik yang dilakukan oleh warga biasa dan bukan berasal dari jurnalis profesional, namun memberikan kontribusi kepada media baik media konvensional maupun media baru seperti media sosial (Romli, 2018:25).

Padahal, pelibatan *audience* dalam ruang pemberitaan (*citizen journalism*) selama ini telah membawa sejumlah permasalahan etika dalam jurnalistik. Salah satunya yaitu besarnya potensi terjadi pelanggaran etika dalam pemberitaan seperti penyebaran berita bohong (*hoax*), berita palsu (*fake news*), ujaran kebencian (*hate speech*), fitnah, pencemaran nama baik, dan perbuatan tidak menyenangkan (Kusnadi dan Priono, 2010). Hal tersebut disebabkan karena *citizen journalism* bukanlah jurnalis profesional. *Citizen journalism* merupakan warga biasa yang belum tentu memiliki pengetahuan tentang kejournalistikan, dan

*citizen journalism* bukanlah bagian dari pers, sehingga tidak terikat aturan dan kode etik jurnalistik. Dengan demikian, keakuratan data dan fakta berita dari *citizen journalism* seringkali dipertanyakan (Romli, 2018:30).

Berdasarkan catatan Radio Suara Surabaya, hingga awal tahun 2019, jumlah pendengar yang terlibat secara aktif dalam konsep *citizen journalism* telah mencapai 665.324 orang (Wijaya, 2019). Mereka setiap hari, setiap minggu, atau minimal satu bulan sekali aktif menyampaikan berbagai informasi tentang berbagai peristiwa. Mulai soal kemacetan lalu lintas, peristiwa-peristiwa di jalanan, kebijakan pemerintah kota dan bahkan mereka ikut terlibat secara aktif dalam program atau dialog interaktif Suara Surabaya. Setiap harinya tercatat rata-rata mencapai sekitar 800 penelpon yang memberikan laporan informasi. Antusias warga untuk terlibat secara langsung sebagai *citizen journalism* menjadikan konsep tersebut sebagai karakter kuat dari Radio Suara Surabaya. Bahkan, Persatuan Wartawan Indonesia telah menganugerahkan Radio Suara Surabaya sebagai pelopor jurnalisme warga di Indonesia pada peringatan hari pers nasional 2017 lalu (Asmanu, 2017).

Sebagai media yang menjalankan format berita dan informasi, Radio Suara Surabaya tidak hanya berpaku sepenuhnya pada informasi dan berita yang bersumber dari *citizen journalism* tetapi juga menjadikan media *online* maupun media sosial sebagai sumber beritanya, meskipun Radio Suara Surabaya juga memiliki reporter. Hal tersebut turut menambah daftar potensi terjadinya kesalahan dan pelanggaran etika pada Radio Suara Surabaya, khususnya penyebaran berita bohong (*hoax*) dan berita palsu (*fake news*).

Tingginya prosentase penyebaran *hoax* melalui media baru berbasis internet, telah memberikan ancaman besar bagi Radio Suara Surabaya. Seperti yang dikatakan Astuti (2013:66) bahwa potensi terjadinya kesalahan dan pelanggaran etika pada radio siaran juga disebabkan oleh penggunaan media lain khususnya internet sebagai sumber berita. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa media baru berbasis internet sangat rentan pada permasalahan akurasi. Sementara pada radio siaran, penggunaan media lain khususnya internet seringkali hanya dibacakan begitu saja tanpa dilakukan verifikasi terlebih dahulu, padahal tidak semua informasi yang tersebar di internet teruji kebenarannya.

Dengan demikian, potensi terjadinya kesalahan dan pelanggaran etika khususnya penyebaran berita bohong (*hoax*) dan berita palsu (*fake news*), ujaran kebencian (*hate speech*), fitnah, pencemaran nama baik, dan perbuatan tidak menyenangkan pada Radio Suara Surabaya sangat tinggi. Akan tetapi, hasil penelitian perusahaan layanan konsultan publik yang berfokus pada Asia Tenggara KRA Group menunjukkan hal yang sebaliknya. Masyarakat justru menilai bahwa informasi yang diberikan oleh Radio Suara Surabaya sangat akurat. Bahkan, masyarakat lebih menjadikannya sebagai sumber rujukan pertama dalam mencari informasi, khususnya pada saat terjadi peristiwa besar seperti ledakan bom di beberapa gereja dan sejumlah tempat pada 13-14 Mei 2018 lalu (Permani, 2018).

Meskipun potensi terjadinya kesalahan dan pelanggaran etika cukup besar, namun sebagai media yang menjadi rujukan pertama masyarakat dalam mendapatkan berita dan informasi, Suara Surabaya harusnya benar-benar mampu menjaga keakurasian informasi dan beritanya agar terbebas dari kesalahan dan

pelanggaran etika. Sehingga penelitian ini ingin mengetahui tentang bagaimana proses *gatekeeping* Radio Suara Surabaya dalam menjaga akurasi berita di tengah serbuan berita *hoax*.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah: Bagaimana proses *gatekeeping* Radio Suara Surabaya dalam menjaga akurasi berita dan informasi di tengah serbuan *hoax*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh jawaban atas rumusan masalah yang peneliti ajukan yaitu untuk mengetahui proses *gatekeeping* Radio Suara Surabaya dalam menjaga akurasi berita. Hal ini penting sebagai signifikansi penelitian ini karena pertama, serbuan informasi *hoax* atau *fake news* atau berita bohong begitu luar biasa di beberapa tahun belakang di Indonesia. Kedua, perlunya melakukan penelitian akademik terkait strategi dan upaya-upaya pragmatis yang dilakukan oleh media massa, dalam hal ini Radio Suara Surabaya, dalam mengantisipasi dan menghadapi serangan *hoax*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan jurnalistik dan media massa khususnya pada proses *gatekeeping* dalam mengantisipasi dan menghadapi serangan *hoax* serta dapat dijadikan landasan bagi penelitian selanjutnya.