

**STRATEGI MEDIA WASPADA.CO.ID DALAM BERITA
POLITIK UNTUK MENINGKATKAN
KEPERCAYAAN PUBLIK DI
ERA *POST TRUTH***

SKRIPSI

OLEH :

**MUHAMMAD ARIFIN LASE
218530076**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

**STRATEGI MEDIA WASPADA.CO.ID DALAM BERITA
POLITIK UNTUK MENINGKATKAN
KEPERCAYAAN PUBLIK DI
ERA *POST TRUTH***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area

OLEH :

MUHAMMAD ARIFIN LASE

218530076

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Media *waspada.co.id* dalam Berita Politik untuk Meningkatkan Kepercayaan Publik di Era *Post Truth*
Nama : Muhammad Arifin Lase
NPM : 218530076
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh,
Pembimbing

Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos., MAP.

Diketahui Oleh,

Dekan



Dr. Wand Musthafa, S.Sos., M.IP

Ketua Program Studi



Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos., MAP.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Arifin Lase

NPM : 218530076

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis yang berjudul **“STRATEGI MEDIA *WASPADA.CO.ID* DALAM BERITA POLITIK UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN PUBLIK DI ERA *POST TRUTH*”** ini adalah benar karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan tiruan baik di lingkungan Universitas Medan Area maupun di perguruan tinggi lainnya. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari karya orang lain telah saya tuliskan sumbernya secara jelas sesuai norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik saya yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 11 Agustus 2025

Penulis



Muhammad Arifin Lase

218530076

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/26

Access From (repository.uma.ac.id)10/3/26

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Arifin Lase
NPM : 218530076
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **Strategi Media waspada.co.id dalam Berita Politik untuk Meningkatkan Kepercayaan Publik di Era *Post Truth*** beserta perangkat (jika diperlukan).

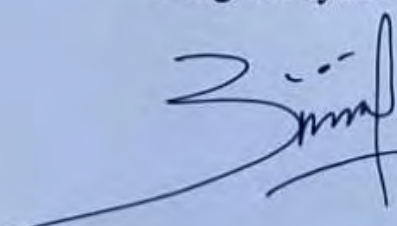
Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Medan

Pada Tanggal 11 Agustus 2025

Yang Menyatakan,



(Muhammad Arifin Lase)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/26

ABSTRAK

Era *post-truth*, informasi sering kali dipengaruhi oleh emosi dan opini dibandingkan fakta, media masa (*media online*) memiliki tantangan besar untuk menjaga kepercayaan publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh Waspada Online, sebuah portal berita terkemuka, dalam meningkatkan kepercayaan publik di tengah kondisi ini. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tim redaksi, observasi langsung terhadap praktik jurnalistik, serta analisis konten berita yang dipublikasikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Waspada Online* mengimplementasikan beberapa strategi utama, antara lain untuk menjaga integritas jurnalistik dengan menerapkan prinsip verifikasi fakta yang ketat, serta menghadirkan berita yang berimbang dan berbasis data, dengan memanfaatkan media sosial untuk interaksi langsung dengan audiens, serta dengan meningkatkan transparansi melalui fitur klarifikasi dan ruang opini. Selain itu, *Waspada Online* memanfaatkan teknologi seperti algoritma pengawasan konten untuk meminimalkan penyebaran berita palsu.

Dengan strategi tersebut, *Waspada Online* berhasil mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan publik, sebagaimana tercermin dalam peningkatan jumlah pembaca aktif dan tingkat partisipasi audiens dalam diskusi berita. Studi ini menekankan pentingnya inovasi dan komitmen terhadap etika jurnalistik dalam membangun kepercayaan media di era *post-truth*.

Kata kunci: Strategi Media, *Waspada Online*, Kepercayaan Publik, Era *Post-Truth*, Integritas Jurnalistik.

ABSTRACT

In the post-truth era, where information is often influenced more by emotions and opinions than by facts, the media faces significant challenges in maintaining public trust. This study aims to analyze the strategies implemented by Waspada Online, a leading news portal, in enhancing public trust amid such conditions. The research employs a qualitative approach with a case study analysis. Data were collected through in-depth interviews with the editorial team, direct observation of journalistic practices, and content analysis of published news articles.

The findings reveal that Waspada Online applies several key strategies, including maintaining journalistic integrity through rigorous fact-checking, presenting balanced and data-driven news, utilizing social media for direct interaction with the audience, and enhancing transparency through clarification features and opinion columns. Additionally, Waspada Online employs technologies such as content monitoring algorithms to minimize the spread of false information.

Through these strategies, Waspada Online has successfully maintained and increased public trust, as evidenced by the growing number of active readers and audience participation in news discussions. This study highlights the importance of innovation and commitment to journalistic ethics in building media credibility in the post-truth era.

Keywords: Media Strategy, Waspada Online, Public Trust, Post-Truth Era, Journalistic Integrity.

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap peneliti adalah Muhammad Arifin Lase. Lahir di Kota Gunungsitoli, Sumatra Utara, pada 12 April 1982. Peneliti merupakan anak ketiga dari delapan bersaudara, dan putra dari pasangan Bapak Amoni Lase dan Ibu Hermina Talambanua. Dalam kesehariannya, peneliti senantiasa menjadikan nilai-nilai Islam sebagai pedoman hidup dan sumber motivasi.

Pendidikan formal peneliti diawali di Madrasah Aliyah Negeri Kota Binjai dan peneliti menyelesaikan pada tahun 2002. Peneliti melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi, dan pada tahun 2021 terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area.

Dengan izin Allah SWT, serta dukungan keluarga, sahabat, dan rekan-rekannya, Muhammad Arifin Lase berhasil menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul: " Strategi Media *Waspada.co.id* Dalam Berita Politik Untuk Meningkatkan Kepercayaan Publik Dalam Berita Politik Di Era *Post-Truth*." Melalui skripsi ini, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi dunia pendidikan dan masyarakat luas. Peneliti juga berkomitmen untuk terus meneliti dan memperdalam ilmu pengetahuan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul " Strategi Media Waspada.co.id Dalam Berita Politik Untuk Meningkatkan Kepercayaan Publik Dalam Berita Politik Di Era *Post-Truth* ".

Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang bertujuan untuk menganalisis strategi Media Waspada Online dalam meningkatkan kepercayaan publik di era post-truth. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi dan memberikan inspirasi bagi praktisi media untuk meningkatkan kualitas dan kredibilitasnya. Penelitian skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.lkom) ada Program Studi Ilmu komunikasi Universitas Medan Area.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih terdapat kekurangan baik dalam informasi, teori, dan penggunaan kata serta kalimat. Peneliti sangat mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun agar kedepannya menjadi lebih baik lagi. Dalam penyusunan skripsi ini, banyak hambatan serta rintangan yang peneliti hadapi namun pada akhirnya dapat dilalui berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Walid Mustafa Sembiring, S.Sos, M.IP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area sekaligus sebagai Dosen Pembimbing
4. Bapak Dr. Selamat Riadi, SE, M.I.Kom, selaku Wakil Bidang Penjamin Mutu Akademik Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area sekaligus sebagai Dosen Ketua Penguji

5. Bapak Dr. Sugiatmo, S.Ag, M.A selaku Dosen Sekertaris Penguji
6. Terimakasih kepada Istri saya, Ikhdha Hasnita Winda Sari, S.Pd., M.Psi., yang merupakan Alumni Pasca Sarjana Universitas Medan Area Tahun 2020 yang telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi terbesar bagi saya selama menjalani proses penelitian ini.
7. Terimakasih kepada anak pertama saya, Arridho Pandu Hidayah Lase, yang lahir pada 06 Desember 2007 dan saat ini menempuh pendidikan di SMA Negeri 2 Binjai. Terima kasih atas kedewasaan dan pengertianmu selama proses ini berlangsung.
8. Terimakasih kepada anak kedua saya, Azzahra Putri Cahaya Lase, yang lahir pada 16 Januari 2012 dan bersekolah di SMP Negeri 1 Binjai. Terima kasih atas doa, senyum, dan semangat yang tak pernah padam.
9. Terimakasih juga kepada anak ketiga saya, Azkayra Yumna Naira Lase, yang lahir pada 06 Agustus 2020. Engkau adalah motivasi terbesar dalam hidup saya. Kehadiranmu memberikan kekuatan luar biasa untuk terus maju dan menyelesaikan segala tanggung jawab, termasuk penyusunan skripsi ini. Semoga kelak kalian bisa bangga memiliki orang tua yang terus belajar dan berjuang demi masa depan yang lebih baik..

Peneliti dengan penuh kesadaran menyadari bahwa penelitian ini mungkin masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan keterbatasan waktu, kemampuan, dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, Peneliti dengan rendah hati menerima kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca, yang nantinya dapat digunakan untuk memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini. Akhir kata, Peneliti meyakini bahwa segala kesempurnaan hanya ada pada Allah SWT, dan Peneliti berharap agar kita senantiasa berada dalam lindungan-Nya,

Medan, Maret 2025

Muhammad Arifin Lase
218530076

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 13
2.1 Konsep <i>Post-Truth</i>	13
2.1.1 Teori Agenda Setting dalam Konteks <i>Post-Truth</i>	14
2.1.2 Dampak <i>Post-Truth</i>	15
2.1.3 Contoh Berita <i>Post-Truth</i>	16
2.1.4 Penanggulangan Fenomena <i>Post-Truth</i>	17
2.1.5 Model Analisis <i>Post-Truth</i>	19
2.1.6 Model Analisis <i>Post-Truth</i>	21
2.2 Pengertian <i>Media Online</i>	22
2.2.1 Masa Depan <i>Media Online</i>	27
2.2.2 Pengertian <i>New Media</i>	27
2.2.3 Jenis-Jenis <i>New Media</i>	29
2.2.4 Dampak <i>New Media</i>	30
2.3 Pengertian Berita	31
2.3.1 Jenis-Jenis Berita	32
2.3.2 Nilai Berita (<i>News Values</i>)	33
2.4 Komunikasi	35
2.4.1 Komunikasi Massa.....	37
2.4.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	38
2.4.3 Karakteristik Komunikasi Massa.....	40
2.4.4 Jenis-Jenis Media Komunikasi Massa	41
2.4.5 Pengaruh Media Massa.....	42

2.4.6 Tantangan dan Tren dalam Komunikasi Massa.....	44
2.5 Pers	44
2.5.1 Fungsi Pers.....	46
2.5.2 Ciri-Ciri Pers.....	47
2.5.3 Jenis-Jenis Pers	48
2.6 Jurnalistik	48
2.6.1 Tujuan Jurnalistik	49
2.6.2 Jenis-Jenis Jurnalistik	50
2.6.3 Prinsip Jurnalistik	51
2.6.4 Proses Kerja Jurnalistik	52
2.6.5 Tantangan dalam Dunia Jurnalistik	53
2.6.6 Pasal-Pasal Mengenai Kode Etik Jurnalistik	53
2.7 Media Online dan <i>Era Post-Truth</i>	58
2.7.1 Media Online dan Ciri-cirinya.....	58
2.7.2 Konsep Era Post-Truth dan Dampaknya terhadap Konsumsi Informasi	58
2.8 Kepercayaan Publik terhadap Media.....	59
2.8.1 Indikator Kepercayaan Publik dalam Konteks Media Digital	60
2.9 Strategi Media dalam Membangun Kepercayaan.....	60
2.9.1 Pendekatan Editorial	60
2.9.2 Penggunaan Teknologi	61
2.10 Uraian Teori	61
2.11 Penelitian Terdahulu.....	64
2.12 Kerangka Berpikir	67
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	70
3.1 Jenis Penelitian	70
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	71
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	71
3.2.2 Waktu Penelitian.....	71
3.3 Sumber Data Penelitian	71
3.5 Teknik Pengumpulan Data	72
3.6 Teknik Analisis Data	73
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	73
3.8 Instrumen Penelitian.....	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Hasil Penelitian.....	75
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Waspada Online	75
4.1.2 Strategi Meningkatkan Kepercayaan Publik.....	79

4.1.3 Tantangan dan Solusi dalam Pengelolaan Media	83
4.1.4 Dampak Strategi Media Waspada Online dalam Membangun Kepercayaan Publik	86
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	88
4.2.1 Analisis Data.....	88
4.2.2 Hasil Wawancara	97
4.3 Pembahasan	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN.....	1

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Contoh Berita <i>Post-Truth</i>	17
Tabel 2.2 Efek Dari Berita <i>Post-Truth</i>	18
Tabel 2.3 Komponen Model Analisis <i>Post-Truth</i>	21
Tabel 2.4 Model Analisis <i>Post-Truth</i>	22
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu	64
Tabel 2.6 Persamaan dan Perbedaan	66
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	71
Tabel 4.1 Struktur Organisasi	77
Tabel 4.2 Analisa Berita Media Online <i>Waspada.Id</i>	88
Tabel 4.3 Analisis Berita Media Berperan Penting Halau Berita <i>Hoax</i>	89
Tabel 4.4 Analisis Postingan Medsos Kajari Batubara Komitmen Menangkan Capres Tertentu Dipastikan <i>Hoax</i>	90
Tabel 4.5 Analisis Pesan Ulama, Media Sebagai Edukasi Dalam Pemberitaan Mengawal Pesta Demokrasi	92
Tabel 4.6 Analisis Pemilu Damai Tanpa Berita Hoax: Mempertahankan Integritas Demokrasi.....	94
Tabel 4.7 Analisis Beredar Nama Samulya Surya Indra jadi Wakil Prof Ridha: Jangan Sebar Berita <i>Hoax</i> !.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jumlah Media Online di Sumatera Utara

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi berita. Perkembangan teknologi digital memungkinkan arus informasi yang lebih cepat, luas, dan mudah diakses oleh siapa saja. Media online kini menjadi sumber utama informasi, menggantikan media konvensional seperti koran dan televisi. Namun, di era *post-truth*, penyebaran berita palsu (*hoax*) semakin menjadi tantangan besar bagi media massa dalam menjaga kepercayaan publik.

Era *post-truth* ditandai dengan penyebaran informasi yang sering kali lebih mengutamakan emosi dan opini dibandingkan fakta objektif. Dalam situasi ini, media memiliki peran penting dalam memastikan bahwa berita yang disampaikan akurat, berdasarkan fakta, dan tidak bias. Media massa, khususnya yang berbasis digital seperti *Waspada.co.id*, harus menerapkan strategi khusus untuk mempertahankan kredibilitas dan meningkatkan kepercayaan publik, terutama dalam pemberitaan politik. Sebagai salah satu media digital yang berpengaruh di Sumatera Utara dan sekitarnya, *Waspada.co.id* memiliki tantangan besar dalam menangkal informasi palsu dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap berita politik yang disajikan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana strategi yang

diterapkan *Waspada.co.id* dalam menghadapi era *post-truth* dan bagaimana dampaknya terhadap kepercayaan publik.

Strategi Media *Waspada.co.id* dalam berita politik untuk meningkatkan kepercayaan publik dalam berita politik di Era *Post-Truth* Fokus pada Verifikasi Fakta dan Klarifikasi Berita Media *Waspada.co.id* berkomitmen untuk selalu melakukan verifikasi informasi sebelum dipublikasikan. Dalam kasus penyebaran berita hoaks mengenai dugaan keberpihakan Kajari Batubara dalam pemilihan presiden, misalnya, *Waspada.co.id* memastikan bahwa klarifikasi dari pihak berwenang disampaikan kepada publik agar tidak terjadi kesalahpahaman.

Menggunakan Prinsip Jurnalisme Berbasis Fakta Penerapan standar jurnalistik yang ketat, seperti melakukan wawancara dengan sumber kredibel dan menyajikan bukti yang jelas, membantu media ini mempertahankan kepercayaan publik. Mengedepankan Transparansi dan Netralitas *Waspada.co.id* selalu menekankan pentingnya netralitas dalam pemberitaan politik. Hal ini penting agar masyarakat tidak merasa bahwa media memiliki kepentingan tertentu dalam suatu isu.

Edukasi Publik terhadap Berita *Hoaks* Selain menyajikan berita yang kredibel, *Waspada.co.id* juga berperan dalam meningkatkan literasi media di kalangan masyarakat dengan mengedukasi cara membedakan berita hoaks dan berita yang benar.

Dengan perkembangan kecerdasan buatan dan algoritma media sosial, *Waspada.co.id* menggunakan berbagai metode untuk mendeteksi berita palsu dan memastikan bahwa informasi yang mereka sebar tetap akurat.

Tantangan yang Dihadapi *Waspada.co.id* dalam menerapkan strategi ini penyebaran berita *hoaks* yang cepat di era digital, berita palsu dapat menyebar lebih cepat daripada berita yang telah terverifikasi. Hal ini menjadi tantangan utama bagi media dalam menangkal misinformasi. Menjaga netralitas di tengah polarisasi politik dalam situasi politik yang semakin terpolarisasi, media sering kali menghadapi tekanan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, menjaga netralitas dan independensi menjadi tantangan tersendiri.

Persaingan dengan media alternatif media sosial dan berbagai platform berita alternatif sering kali menjadi pesaing dalam menyajikan informasi kepada publik. Namun, tidak semua platform memiliki standar jurnalistik yang sama, sehingga persaingan ini bisa mempengaruhi persepsi publik terhadap media konvensional. Kurangnya literasi digital di kalangan masyarakat banyak masyarakat masih mudah terpengaruh oleh berita sensasional tanpa melakukan pengecekan lebih lanjut. Oleh karena itu, meningkatkan literasi digital menjadi tantangan bagi media seperti *Waspada.co.id*.

Dampak Strategi *Waspada.co.id* terhadap kepercayaan publik di era *post-truth* meningkatkan kredibilitas media dengan menerapkan strategi berbasis fakta dan netralitas, *Waspada.co.id* dapat mempertahankan posisinya sebagai sumber informasi yang terpercaya.

Membantu masyarakat membedakan fakta dan hoaks melalui edukasi media, publik menjadi lebih sadar akan pentingnya membaca berita dari sumber yang kredibel dan tidak mudah percaya pada informasi yang belum terverifikasi. Meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam konsumsi berita yang sehat dengan memberikan informasi yang berkualitas dan mengajak masyarakat untuk lebih kritis, *Waspada.co.id* turut serta dalam membangun ekosistem media yang lebih sehat di Indonesia. Membantu menjaga stabilitas politik dengan menyajikan berita yang akurat dan tidak memihak, media ini dapat membantu mencegah ketegangan sosial akibat penyebaran informasi yang tidak benar.

Sebagai salah satu media online terkemuka, *Waspada.co.id* memiliki peran penting dalam menjaga kepercayaan publik terhadap berita politik di era *post-truth*. Melalui strategi verifikasi fakta, netralitas, dan edukasi publik, media ini mampu mengatasi tantangan penyebaran hoaks serta meningkatkan literasi informasi di masyarakat. Meskipun menghadapi berbagai hambatan, penerapan strategi ini membawa dampak positif dalam membangun ekosistem informasi yang lebih kredibel dan bertanggung jawab.

Gambar 2.1 Jumlah Media Online di Sumatera Utara

Show10▼entries

Search

#	Nama Media	Jenis	Provinsi	Status
+1	KabarMedan.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+2	metrodaily.jawapos.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+3	mimbaronline.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+4	informasiterpercaya.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+5	Viral24.co.id	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+6	rmolsumut.id	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+7	inilahmedan.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+8	sentraberita.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+9	metropublik.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+10	sumut24.co	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual

Showing 1 to 10 of 46 entries

Previous1

Show10▼entries

Search

#	Nama Media	Jenis	Provinsi	Status
+1	KabarMedan.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+2	metrodaily.jawapos.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+3	mimbaronline.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+4	informasiterpercaya.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+5	Viral24.co.id	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+6	rmolsumut.id	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+7	inilahmedan.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+8	sentraberita.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+9	metropublik.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
+10	sumut24.co	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual

Showing 1 to 10 of 46 entries

Previous1

Showing 21 to 30 of 46 entries

#	Nama Media	Jenis	Provinsi	Status
21	Pewarta.co	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
22	Intipnews.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
23	Medanmerdeka.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
24	metrorakyat.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
25	mediaselektif.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
26	koranmedan.online	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
27	membarnews.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
28	matabangsa.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
29	inimedanbung.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
30	Analisdaily.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual

Showing 31 to 40 of 46 entries

#	Nama Media	Jenis	Provinsi	Status
31	medanposonline.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
32	mediasumutku.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
33	mediaapakabar.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
34	mimbarumum.co.id	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
35	tobasatu.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
36	asarpua.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
37	Lintasmedan.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
38	inimedan.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
39	orbitdigitaldaily.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual
40	kliksumut.com	Siber	Sumatera Utara	Terverifikasi Administratif dan Faktual

(Sumber: dewanpers.or.id)

Sebagai media lokal yang berpengaruh, *Waspada.co.id* memiliki tanggung jawab besar untuk menjadi pelopor dalam pemberitaan yang berimbang, tajam, dan berani. Keberhasilannya dalam membangun reputasi sebagai media terpercaya di Sumatera Utara dan Aceh menunjukkan bahwa *Waspada.co.id* mampu bersaing di tengah tantangan era *post-truth*. *Waspada.co.id* telah menjadi salah satu media yang diandalkan oleh

masyarakat untuk memperoleh informasi terkini, baik di tingkat lokal maupun nasional. *Waspada.co.id* terus berkomitmen untuk menyajikan berita yang sesuai dengan nilai-nilai pendirinya. Dengan mengedepankan prinsip kebenaran dan keadilan, media ini berhasil menjaga kredibilitasnya di mata publik.

Selain itu, *Waspada.co.id* juga dikenal karena pendekatannya yang inovatif dalam menghadirkan berita dari sudut pandang yang unik. Kebijakan redaksional yang berbeda dari Harian Waspada memberikan fleksibilitas bagi media ini untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan fokus pada berita terkini dan terlengkap, *Waspada.co.id* telah menjadi referensi utama bagi masyarakat di Medan, Sumatera Utara, Aceh, hingga tingkat nasional.

Urgensi penelitian terhadap strategi media lokal seperti *Waspada.co.id* sangat penting, terutama di era *post-truth* yang penuh tantangan. Penelitian ini tidak hanya relevan bagi keberlanjutan media itu sendiri, tetapi juga memberikan wawasan yang lebih luas tentang bagaimana media dapat beradaptasi dan tetap kompetitif di tengah perubahan lanskap informasi yang cepat. Dalam memahami strategi yang diterapkan *Waspada.co.id*, seperti penerapan prinsip jurnalistik yang berbasis pada nilai kebenaran dan keadilan serta inovasi dalam distribusi konten digital, kita dapat menemukan pendekatan-pendekatan baru yang dapat direplikasi oleh media lainnya, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Penelitian ini juga diharapkan mampu menggali lebih dalam tentang dampak strategi ini terhadap kepercayaan masyarakat, terutama di wilayah

yang menjadi fokus utama *Waspada.co.id*, yaitu Sumatera Utara dan Aceh. Dengan demikian, hasilnya dapat berkontribusi pada pengembangan praktik jurnalistik yang lebih baik dan relevan di era *post-truth*.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi media lokal lainnya dalam mengembangkan strategi yang efektif untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan publik. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi nyata bagi penguatan ekosistem media yang sehat, khususnya di wilayah Sumatera Utara dan Aceh.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang di paparkan, penelitian ini berfokus pada strategi yang diterapkan oleh *Waspada.co.id* dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemberitaan politik di tengah derasnya informasi hoaks dan bias yang menjadi karakteristik era *post-truth*.

1.3 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana strategi Media *Waspada.co.id* dalam berita politik untuk meningkatkan kepercayaan publik di era *post-truth*?
- b. Apa saja tantangan yang dihadapi Media *Waspada.co.id* dalam berita politik untuk meningkatkan kepercayaan publik di era *post-truth*?

1.4 Tujuan Penelitian

- a. Menganalisis Strategi Media *Waspada.co.id* dalam berita politik untuk meningkatkan kepercayaan publik di era *post-truth*
- b. Mengidentifikasi tantangan yang dihadapi Media *Waspada.co.id* dalam berita politik untuk meningkatkan kepercayaan publik di era *post-truth*

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan, baik dari sisi teoretis maupun praktis. Manfaat ini mencakup kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan juga solusi strategis bagi para praktisi media di era *post-truth* yang ditandai dengan penyebaran informasi yang sering kali bias atau tidak akurat.

1. Secara Teoritis, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam kajian media dan komunikasi, khususnya di era *post-truth*. Era ini, yang ditandai dengan dominasi emosi dan opini atas fakta objektif, memunculkan tantangan besar bagi media sebagai pilar demokrasi. Penelitian ini berupaya menggali lebih dalam bagaimana media lokal, seperti Waspada Online, merespons dinamika ini, baik dalam produksi berita maupun strategi penyampaiannya kepada audiens. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi akademis bagi studi terkait media dan komunikasi dalam konteks lokal dan global, serta memperkaya literatur tentang tantangan media di era digital.

2. Secara Praktis, Secara praktis, penelitian ini berpotensi memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif bagi *Waspada.co.id* dan media lokal lainnya. Rekomendasi tersebut mencakup:

a. Manfaat Akademik bagi institusi pendidikan dalam mengembangkan modul atau materi pelajaran terkait strategi komunikasi media di era digital.

b. Pengembangan Konten Berbasis Fakta

Media lokal dapat memanfaatkan temuan penelitian ini untuk memperkuat komitmen terhadap konten yang berbasis fakta, sehingga mampu membangun kepercayaan publik.

c. Peningkatan Literasi Media

Rekomendasi juga mencakup langkah-langkah strategis untuk meningkatkan literasi media masyarakat agar mampu membedakan informasi yang valid dari hoaks atau disinformasi.

d. Optimalisasi Teknologi Digital

Media lokal dapat menggunakan teknologi digital seperti kecerdasan buatan (AI) untuk memverifikasi fakta secara cepat dan meningkatkan efisiensi dalam penyajian berita.

e. Pengelolaan Narasi yang Kredibel

Strategi pengelolaan narasi yang kredibel dan menarik dapat membantu media lokal bersaing dengan platform digital yang cenderung mengedepankan sensasionalisme.

f. Manfaat sosial dalam berita politik mencakup beberapa aspek penting yang dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat, antara lain:

- a) Meningkatkan Kesadaran Publik: Berita politik membantu masyarakat memahami isu-isu yang sedang terjadi, baik di tingkat lokal, nasional, maupun global. Hal ini memungkinkan warga untuk lebih sadar akan dampak kebijakan terhadap kehidupan mereka.
- b) Mendorong Partisipasi Demokrasi: Informasi politik yang akurat dan transparan dapat memotivasi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses demokrasi, seperti memberikan suara dalam pemilu, ikut serta dalam diskusi publik, atau mendukung gerakan sosial tertentu
- c) Membangun Akuntabilitas Pemerintah: Berita politik yang kritis dan investigatif dapat membantu memantau kinerja pemerintah dan pejabat publik, sehingga mendorong mereka untuk lebih bertanggung jawab atas kebijakan yang diambil.
- d) Mengurangi Polarisasi Sosial: Berita politik yang berimbang dan objektif dapat membantu menjembatani perbedaan pendapat di masyarakat, dengan memberikan sudut pandang yang jelas dan berbasis fakta.
- e) Memberdayakan Masyarakat: Dengan memahami dinamika politik, masyarakat dapat mengambil keputusan yang lebih

baik terkait hak-hak mereka dan bagaimana cara memperjuangkannya.

- f) Mendorong Dialog Sosial: Berita politik menjadi pemicu diskusi di berbagai lapisan masyarakat, yang pada akhirnya dapat memperkuat hubungan sosial dan meningkatkan pemahaman antarindividu atau kelompok.

Dengan manfaat teoretis dan praktis tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang luas, baik dalam ranah akademik maupun dunia praktik media di Indonesia. Hal ini juga mendukung upaya media lokal dalam memperkuat perannya sebagai penjaga keadilan dan kebenaran informasi di era *post-truth*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep *Post-Truth*

Post-truth adalah kondisi di mana opini publik lebih dipengaruhi oleh emosi dan keyakinan pribadi dibandingkan dengan fakta objektif. Fenomena ini semakin marak di era digital, di mana informasi menyebar dengan cepat melalui media sosial dan berbagai platform daring. Oxford Dictionaries menetapkan "*post-truth*" sebagai *Word of the Year* pada tahun 2016, menunjukkan dampak besarnya terhadap politik, sosial, dan komunikasi massa.

Menurut McIntyre (2018), *post-truth* bukan sekadar penyebaran hoaks, tetapi lebih kepada bagaimana kebenaran objektif menjadi kurang relevan dibandingkan dengan narasi yang membangkitkan emosi dan resonansi psikologis masyarakat. Dalam konteks ini, fakta dapat dimanipulasi, dikesampingkan, atau dibingkai ulang agar sesuai dengan kepentingan politik, ekonomi, atau ideologis tertentu.

Ciri utama dari *post-truth* meliputi:

Bias Kognitif – Orang lebih cenderung mempercayai informasi yang sesuai dengan keyakinan mereka sebelumnya
Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial – Algoritma media sosial cenderung memperkuat opini tertentu dengan menampilkan konten yang relevan dengan preferensi pengguna.
Manipulasi Emosi – Informasi yang disajikan sering kali

dirancang untuk membangkitkan respons emosional yang kuat, seperti kemarahan atau simpati, guna memengaruhi opini publik. Post-truth berdampak luas dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam politik, di mana kampanye berbasis emosi sering kali lebih efektif dibandingkan dengan penyampaian fakta yang obyektif

2.1.1 Teori Agenda Setting dalam Konteks *Post-Truth*

Teori Agenda Setting dikembangkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw (1972) yang menyatakan bahwa media tidak menentukan apa yang harus dipikirkan oleh masyarakat, tetapi menentukan apa yang harus dipikirkan oleh masyarakat (*what to think about*). Dengan kata lain, media memiliki kekuatan untuk menetapkan isu-isu yang dianggap penting oleh publik.

Dalam era *post-truth*, teori agenda setting menjadi semakin relevan karena:

Media Memprioritaskan Isu Tertentu – Media arus utama dan media sosial membingkai isu-isu tertentu agar tampak lebih dominan dibandingkan dengan isu lainnya. Ini memengaruhi persepsi publik tentang apa yang penting. Pengaruh Algoritma dan Filter *Bubble* – Algoritma media sosial memainkan peran besar dalam menentukan informasi yang dilihat oleh pengguna, menciptakan "gelembung informasi" yang memperkuat bias dan keyakinan sebelumnya. Penyebaran *Hoaks* dan Misinformasi – Dalam era post-truth, informasi yang viral sering kali bukan yang paling akurat,

melainkan yang paling menarik dan menggugah emosi. Media dapat secara tidak langsung memperkuat informasi yang salah dengan memberikan perhatian lebih kepada isu-isu yang kontroversial.

Framing dan Priming – Media tidak hanya menentukan agenda, tetapi juga bagaimana suatu isu harus dipahami. Misalnya, suatu berita dapat dibingkai sebagai "krisis" atau "ancaman" untuk memicu respons emosional tertentu.

Kombinasi antara post-truth dan agenda setting dapat menciptakan lingkungan informasi yang manipulatif, di mana opini publik lebih mudah dibentuk oleh narasi yang emosional dibandingkan dengan fakta yang *obyektif*. Hal ini menuntut literasi media yang lebih kuat agar masyarakat dapat memilah informasi secara kritis dan menghindari jebakan post-truth.

2.1.2 Dampak *Post-Truth*

Dampak dari fenomena post-truth dapat dilihat dari berbagai aspek, mulai dari politik, sosial, hingga ekonomi. Berikut adalah beberapa dampak utama:

a. Politik

Manipulasi opini publik: *Post-truth* : sering digunakan untuk propaganda politik dengan menyebarkan informasi menyesatkan yang mendukung kepentingan tertentu. Menurunnya kepercayaan terhadap media dan pemerintah: Ketidakjelasan antara fakta dan opini menyebabkan masyarakat semakin skeptis terhadap berita dan informasi resmi. Polarisasi

masyarakat: Informasi yang bias memperkuat kelompok-kelompok dengan ideologi tertentu, yang berujung pada perpecahan sosial.

b. Sosial

Penyebaran hoaks dan disinformasi: Dengan mudahnya informasi menyebar di media sosial, *hoaks* menjadi lebih sulit dikendalikan dan dapat menyebabkan kepanikan di masyarakat.

c. Menghambat pemahaman berbasis fakta

Ketika opini lebih diutamakan Dari pada bukti ilmiah, diskusi yang rasional menjadi sulit dilakukan. Meningkatkan konflik sosial: Perbedaan pendapat yang tajam, tanpa landasan fakta yang kuat, dapat memicu konflik di lingkungan sosial dan komunitas.

d. Ekonomi

Dampak pada pasar saham dan ekonomi global: Informasi yang salah dapat mempengaruhi keputusan investasi dan pergerakan pasar saham. Merusak reputasi bisnis dan brand: Berita palsu yang menyebar tentang suatu perusahaan dapat menurunkan kepercayaan konsumen dan investor. Menurunkan produktivitas: Masyarakat yang lebih sering terpapar informasi palsu cenderung menghabiskan waktu untuk mengklarifikasi informasi daripada fokus pada pekerjaan mereka.

2.1.3 Contoh Berita *Post-Truth*

Berikut adalah tabel yang merangkum beberapa contoh berita *post-truth* beserta dampaknya:

Tabel 2.1 Contoh Berita *Post-Truth*

No	Judul Berita	Jenis Informasi	Dampak
1	Vaksin <i>Covid-19</i> Mengandung Chip untuk Mengontrol Manusia	Hoaks Kesehatan	Mengurangi kepercayaan terhadap vaksin dan memperlambat program vaksinasi.
2	Politisi X Terbukti Korupsi, Padahal Belum Ada Bukti	Disinformasi Politik	Merusak reputasi individu dan mempengaruhi hasil pemilu
3	Produk A Mengandung Zat Berbahaya, Jangan Dibeli	Hoaks Ekonomi	Menurunkan kepercayaan konsumen dan merugikan perusahaan
4	Alien Mendarat di Kota X Pemerintah Menutupinya	Sensasionalisme	Meningkatkan spekulasi dan ketidakpercayaan terhadap pemerintah
5	Bencana Alam Ini Akibat Konspirasi <i>Elite Global</i>	Teori Konspirasi	Mengalihkan perhatian dari penyebab ilmiah yang sebenarnya

Sumber : Olahan Peneliti, 2025

2.1.4 Penanggulangan Fenomena *Post-Truth*

Untuk mengatasi dampak negatif *post-truth*, diperlukan langkah-langkah seperti:

a. Literasi Media:

Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang cara mengevaluasi informasi.

b. Faktualisasi dan Verifikasi:

Mendorong media untuk lebih transparan dalam menyajikan berita.

c. Regulasi yang Ketat:

Pemerintah perlu mengawasi penyebaran informasi palsu.

d. Peran Media Sosial:

Platform digital harus lebih aktif dalam menangkal hoaks melalui algoritma dan kebijakan moderasi konten.

Dengan memahami fenomena post-truth dan dampaknya, masyarakat diharapkan lebih kritis dalam menerima informasi dan mengutamakan fakta dalam membentuk opini.

Berikut adalah tabel yang menunjukkan berbagai efek dari berita *post-truth*:

Tabel 2.2 Efek Dari Berita *Post-Truth*

Kategori Efek	Deskripsi	Contoh
Politik	Meningkatkan polarisasi dan mempengaruhi opini publik berdasarkan emosi, bukan fakta	Pemilih lebih percaya pada narasi politik daripada data resmi
Sosial	Memicu perpecahan sosial dan konflik antar kelompok	Masyarakat terpecah karena hoaks tentang isu agama atau etnis
Ekonomi	Menyebabkan ketidakstabilan pasar akibat informasi palsu	Saham anjlok karena hoaks tentang kebangkrutan sebuah perusahaan
Kesehatan	Menghambat penerapan kebijakan kesehatan berbasis sains	Masyarakat menolak vaksin karena hoaks tentang efek sampingnya
Media & Jurnalisme	Menurunkan kepercayaan publik terhadap media arus utama	Orang lebih percaya media sosial daripada berita resmi
Hukum	Meningkatkan penyebaran fitnah dan pencemaran nama baik	Selebriti atau pejabat diujat karena berita palsu
Pendidikan	Menyebabkan misinformasi di kalangan pelajar dan akademisi	Siswa lebih percaya teori konspirasi daripada sumber akademik

Sumber : Olahan Peneliti, 2025

Post-truth mengacu pada situasi di mana emosi dan opini pribadi lebih berpengaruh dibandingkan fakta objektif dalam membentuk persepsi publik. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi media dan berpikir kritis dalam menghadapi informasi.

2.1.5 Model Analisis *Post-Truth*

Model analisis post-truth bertujuan untuk memahami bagaimana emosi, kepercayaan pribadi, dan manipulasi informasi memengaruhi persepsi publik lebih dari fakta objektif. Berikut adalah model analisis post-truth yang dapat digunakan untuk menilai suatu fenomena:

a. Identifikasi Konteks

- Isu atau Narasi: Apa topik utama yang sedang dibahas?
- Aktor yang Terlibat: Siapa pihak yang menyebarkan narasi?
- Audiens Sasaran: Siapa yang menjadi target penyebaran informasi?

b. Karakteristik *Post-Truth*

Analisis ini berfokus pada elemen-elemen utama yang menunjukkan bahwa suatu narasi termasuk dalam fenomena post-truth:

- Emosionalisasi:

Apakah informasi disampaikan dengan cara yang membangkitkan emosi (kemarahan, ketakutan, harapan, atau simpati)?

Seberapa besar elemen opini dibandingkan fakta?

- Distorsi Fakta:

Apakah ada fakta yang sengaja dipelintir atau dikeluarkan untuk mendukung narasi tertentu?

Apakah ada misinformasi atau disinformasi?

- Resonansi Kognitif:

Apakah narasi ini lebih mudah diterima karena sesuai dengan kepercayaan atau bias audiens?

Apakah terjadi bias konfirmasi (confirmation bias) dalam penerimaan informasi?

- Amplifikasi Media:

Bagaimana media sosial dan platform digital digunakan untuk menyebarkan narasi ini?

Seberapa besar peran algoritma dalam memperkuat pesan tersebut?

c. Strategi Penyebaran

- Framing dan Spin:

Apakah informasi diformat ulang agar mendukung perspektif tertentu?

- Penggunaan Influencer/Elite Politik:

Apakah ada figur publik atau selebritas yang ikut memperkuat narasi ini?

- Teknik Repetisi (*Echo Chamber*):

Apakah informasi disebarluaskan dalam lingkungan tertutup yang memperkuat keyakinan *audiens*?

d. Dampak dan Konsekuensi

- Terhadap Persepsi Publik: Apakah menyebabkan perpecahan sosial atau polarisasi?

- Terhadap Kebijakan Publik: Apakah memengaruhi keputusan politik atau kebijakan tertentu?

- Terhadap Media dan Jurnalisme: Apakah mengurangi kepercayaan pada media arus utama?

e. Strategi Mitigasi

- Literasi Digital dan Media: Meningkatkan kesadaran publik tentang cara mengenali misinformasi.
- *Fact-Checking* dan Verifikasi: Mempromosikan platform pengecekan fakta yang independen.
- Regulasi *Platform Digital*: Mengatur algoritma media sosial untuk mengurangi penyebaran hoaks.
- Pendidikan Kritis: Mengajarkan berpikir kritis sejak dini dalam sistem pendidikan.

Model ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana fenomena post-truth beroperasi dalam berbagai konteks, seperti politik, media, dan opini publik. Apakah Anda ingin model ini diterapkan pada kasus tertentu?

2.1.6 Model Analisis *Post-Truth*

Post-truth adalah fenomena di mana opini publik lebih dipengaruhi oleh emosi dan keyakinan pribadi daripada fakta objektif. Model analisis *post-truth* dapat dibangun dengan mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi penyebaran dan penerimaan informasi di era *post-truth*.

Tabel 2.3 Komponen Model Analisis *Post-Truth*

Sumber Informasi	• Media sosial • Media massa • Influencer/opinion leader • Algoritma dan filter bubble
Karakteristik Informasi	• Bias konfirmasi • Emosional dan persuasif • Polarisasi opini • Mis/disinformasi

Respon Masyarakat	• Kepercayaan terhadap sumber • Penyebaran ulang (sharing) • Skeptisisme vs penerimaan buta • Pengaruh kelompok sosial
Dampak	• Fragmentasi sosial • Disinformasi yang meluas • Delegitimasi fakta dan ilmu pengetahuan • Pengaruh terhadap keputusan politik dan sosial

Sumber : Fairclough, N. (1995). Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language.

Tabel 2.4 Model Analisis *Post-Truth*

Komponen	Deskripsi	Contoh
Sumber Informasi	Platform atau individu yang menyebarkan informasi	Media sosial (Twitter, Facebook), influencer, media berita
Karakteristik Informasi	Ciri khas dari informasi dalam konteks post-truth	Hoaks, framing emosional, bias konfirmasi
Respon Masyarakat	Bagaimana masyarakat menerima dan menyebarkan informasi	Percaya tanpa verifikasi, membagikan informasi berdasarkan emosi
Dampak	Konsekuensi dari fenomena post-truth	Polarisasi politik, delegitimasi ilmu pengetahuan, konflik sosial

Sumber : Van Dijk, T. A. (1998). Ideology: A Multidisciplinary Approach.

Model ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana *post-truth* memengaruhi berbagai aspek kehidupan sosial, politik, dan budaya.

2.2 Pengertian *Media Online*

Media online adalah bentuk media massa berbasis internet yang digunakan untuk menyebarkan informasi secara digital kepada khalayak luas. Media ini mencakup berbagai platform seperti situs berita, blog, media sosial, podcast, dan kanal video. Dengan kemajuan teknologi digital, media online

semakin populer karena kemudahan akses, kecepatan penyebaran informasi, serta interaktivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan media konvensional seperti surat kabar, radio, dan televisi.

a. Karakteristik *Media Online*

- Berbasis Digital

Media online menggunakan jaringan internet sebagai sarana utama dalam distribusi informasi, memungkinkan konten diakses kapan saja dan dari mana saja.

- Interaktif

Pembaca atau pengguna dapat berinteraksi langsung dengan konten melalui kolom komentar, fitur berbagi (*share*), atau dengan mengirimkan tanggapan secara langsung kepada penulis atau redaksi.

- *Real-Time* dan Cepat

Media online memungkinkan penyebaran informasi secara langsung (*real-time*), sehingga berita dapat diperbarui dengan cepat seiring dengan perkembangan situasi.

- Multimedia

Tidak hanya dalam bentuk teks, media online juga dapat menyajikan informasi dalam format gambar, video, audio, dan infografis yang lebih menarik dan mudah dipahami.

- Jangkauan Luas

Dengan internet, media online bisa diakses oleh audiens global tanpa batasan geografis, berbeda dengan media cetak yang hanya terbatas pada wilayah tertentu.

- Fleksibel dan Berkelanjutan

Konten dalam media *online* dapat diperbarui atau diperbaiki kapan saja tanpa harus mencetak ulang seperti dalam media cetak. Selain itu, media online lebih ramah lingkungan karena tidak memerlukan kertas dan tinta.

b. Jenis-Jenis *Media Online*

- Portal Berita *Online*

Contoh: *Kompas.com*, *Detik.com*, CNN Indonesia, dan lainnya.

Portal ini berfungsi sebagai sumber berita utama dengan berbagai kategori seperti politik, ekonomi, olahraga, hiburan, dan teknologi.

- Blog dan Website Pribadi

Blog dapat dimiliki oleh individu atau organisasi yang ingin membagikan opini, pengalaman, atau informasi tertentu. Misalnya, blog perjalanan, kuliner, atau teknologi.

- Media Sosial

Platform seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *TikTok* juga termasuk dalam media online karena menjadi sumber utama penyebaran informasi dan berita.

- Streaming dan *Podcast*

Media online juga mencakup layanan streaming video (*YouTube*, *Netflix*) dan *podcast* (*Spotify*, *Apple Podcasts*) yang memberikan konten berbasis audio dan video sesuai permintaan pengguna.

- Forum dan Komunitas Online

Situs seperti Reddit, Kaskus, dan Quora memungkinkan pengguna berdiskusi, bertukar informasi, dan memberikan opini tentang berbagai topik.

c. Keunggulan *Media Online*

- Aksesibilitas Tinggi: Dapat diakses kapan saja dan di mana saja selama terhubung dengan internet.
- Biaya Rendah: Tidak membutuhkan biaya cetak dan distribusi seperti media konvensional.
- Fitur Interaktif: Pengguna dapat berpartisipasi dalam diskusi, membagikan informasi, dan memberikan umpan balik.
- Penyebaran Cepat: Informasi dapat menyebar luas dalam hitungan detik melalui media sosial dan mesin pencari.
- Penyimpanan dan Arsip Digital: Konten dapat disimpan dalam jangka panjang dan mudah dicari kembali.

d. Tantangan dan Kekurangan *Media Online*

- Penyebaran Hoaks dan Misinformasi

Kemudahan dalam menyebarkan informasi juga berisiko terhadap maraknya berita palsu (*hoaks*) dan informasi yang belum terverifikasi.

- Ketergantungan pada Internet

Media online tidak dapat diakses tanpa koneksi internet, berbeda dengan media cetak yang bisa dibaca kapan saja tanpa bergantung pada teknologi.

- Keamanan Data dan Privasi

Ancaman peretasan, penyalahgunaan data pribadi, serta serangan siber menjadi tantangan besar dalam dunia media digital.

- Monetisasi yang Tidak Selalu Stabil

Banyak media *online* bergantung pada iklan untuk mendapatkan pendapatan, namun persaingan yang ketat dan perubahan algoritma platform seperti Google dan Facebook dapat mempengaruhi pendapatan mereka.

- Distraksi dan *Overload* Informasi

Dengan banyaknya informasi yang tersedia, pengguna sering kali merasa kewalahan atau sulit membedakan informasi yang benar dan yang salah.

2.2.1 Masa Depan *Media Online*

Tren media *online* terus berkembang dengan teknologi baru seperti kecerdasan buatan (AI), augmented reality (AR), dan virtual reality (VR) yang memungkinkan pengalaman yang lebih imersif dalam konsumsi informasi. Model bisnis media online juga mengalami perubahan dengan adanya sistem berlangganan (*subscription*) untuk mengurangi ketergantungan pada iklan.

Di era digital ini, media online bukan hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga menjadi alat utama dalam komunikasi, pemasaran, dan hiburan. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang media online sangat penting bagi individu maupun organisasi untuk memanfaatkannya secara optimal.

2.2.2 Pengertian *New Media*

New Media atau media baru adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan bentuk komunikasi dan informasi yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi digital dan internet. *New media* mencakup berbagai *platform* berbasis internet, seperti situs web, media sosial, blog, podcast, aplikasi *mobile*, video streaming, dan teknologi interaktif lainnya.

New media berbeda dari media tradisional (seperti surat kabar, radio, dan televisi) karena memiliki sifat digital, interaktif, mudah diakses, dan dapat diperbarui secara real-time. Selain itu, *new media* memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam produksi dan distribusi konten.

a. Karakteristik *New Media*

New Media memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dari media konvensional, antara lain:

- Digitalisasi

Semua informasi yang disampaikan melalui *new media* berbentuk digital, baik itu teks, gambar, audio, maupun video. Ini memungkinkan akses yang lebih cepat dan fleksibel dibandingkan media analog.

- Interaktivitas

Pengguna dapat berinteraksi dengan konten dan sesama pengguna secara langsung. Contohnya, di media sosial, pengguna dapat mengomentari, membagikan, dan memberikan tanggapan terhadap suatu konten.

- Aksesibilitas Tinggi

New media dapat diakses kapan saja dan di mana saja selama pengguna memiliki koneksi internet. Tidak seperti media tradisional yang memiliki batasan waktu dan tempat, seperti jadwal siaran televisi atau distribusi koran.

- Konvergensi Media

Teknologi digital memungkinkan penggabungan berbagai bentuk media dalam satu platform. Contohnya, sebuah situs berita online dapat menampilkan teks, video, audio, dan grafik dalam satu halaman.

- *User-Generated Content (UGC)*

Dalam new media, pengguna tidak hanya menjadi konsumen tetapi juga produsen konten. Misalnya, siapa saja bisa membuat blog, mengunggah video di *YouTube*, atau berbagi opini di media sosial.

- *Real-Time dan Updatable*

Informasi dalam *new media* dapat diperbarui dengan cepat, bahkan dalam hitungan detik. Hal ini membuatnya menjadi sumber berita yang dinamis dibandingkan media cetak yang harus melalui proses produksi panjang.

- Jaringan dan Globalisasi

New media memungkinkan penyebaran informasi secara luas dan cepat ke seluruh dunia tanpa batas geografis.

2.2.3 Jenis-Jenis *New Media*

Berbagai bentuk new media telah berkembang pesat, di antaranya:

- Website dan Portal Berita Online

Contohnya adalah CNN, BBC, Kompas, dan Detik yang menyajikan berita secara *real-time*.

- Media Sosial

Platform seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *TikTok*, dan *LinkedIn* memungkinkan interaksi sosial, berbagi informasi, serta pemasaran digital.

- **Blog dan Vlog**

Blog adalah jurnal digital yang memungkinkan individu berbagi opini atau informasi, seperti Medium dan *WordPress*. Sementara *vlog* (video blog) seperti yang ada di *YouTube* menjadi media berbasis video yang sangat populer.

- **Podcast dan Streaming Audio**

Podcast seperti yang tersedia di *Spotify* dan *Apple Podcasts* adalah bentuk siaran audio digital yang dapat diakses kapan saja.

- **Streaming Video**

Layanan seperti *YouTube*, *Netflix*, dan *Twitch* memungkinkan pengguna menonton video sesuai permintaan (*on-demand*) tanpa harus mengunduhnya.

- **E-Books dan Jurnal Digital**

Buku elektronik dan jurnal online memudahkan akses ke berbagai literatur akademik dan hiburan.

- **Virtual Reality (VR) dan Augmented Reality (AR)**

Teknologi VR dan AR memungkinkan pengalaman interaktif, seperti dalam game atau simulasi edukasi.

2.2.4 Dampak New Media

a) Dampak Positif:

Kemudahan Akses Informasi → Informasi lebih cepat dan mudah diakses oleh siapa saja.

Peningkatan Partisipasi Publik → Masyarakat dapat berpartisipasi aktif dalam diskusi dan pembuatan konten.

Peluang Ekonomi → Munculnya profesi baru seperti content creator, digital marketer, dan social media influencer.

Efisiensi dalam Komunikasi → Komunikasi antar individu dan organisasi menjadi lebih cepat dan efektif.

b) Dampak Negatif:

Penyebaran Hoaks dan Misinformasi → Informasi yang belum diverifikasi mudah menyebar.

Ketergantungan Teknologi → Penggunaan yang berlebihan dapat menyebabkan kecanduan digital.

Privasi dan Keamanan Data → Risiko pencurian data pribadi meningkat dengan penggunaan new media.

Disinformasi dan Polarisasi → Algoritma media sosial sering memperkuat pandangan yang sudah ada, memperburuk polarisasi sosial dan politik.

2.3 Pengertian Berita

Berita adalah laporan tentang peristiwa atau kejadian yang baru saja terjadi atau sedang berlangsung dan dianggap penting untuk diketahui oleh publik. Berita biasanya disampaikan melalui berbagai media, seperti surat kabar, televisi, radio, dan platform digital.

Dalam dunia jurnalistik, berita harus memenuhi prinsip-prinsip dasar, seperti akurasi, keseimbangan, dan objektivitas. Sebuah berita yang baik harus menyajikan informasi yang jelas, berbasis fakta, dan tidak bias, sehingga masyarakat bisa memahami situasi yang terjadi dengan benar.

2.3.1 Jenis-Jenis Berita

Berita dapat dikategorikan berdasarkan isi, sifat, dan cara penyajiannya. Berikut beberapa jenis berita yang umum:

- Berita Langsung (*Straight News*)

Berita yang disampaikan secara langsung dan lugas berdasarkan fakta tanpa opini.

Biasanya ditulis dengan struktur piramida terbalik, di mana informasi paling penting disampaikan di awal.

Contoh: laporan tentang bencana alam atau pengumuman resmi pemerintah.

- Berita Mendalam (*Depth News*)

Berita yang menyajikan analisis lebih dalam mengenai suatu kejadian, biasanya dengan wawancara atau data tambahan.

Contoh: investigasi jurnalistik mengenai kasus korupsi.

- Berita Investigasi (*Investigative News*)

Berita yang dihasilkan dari penyelidikan mendalam terhadap suatu masalah atau peristiwa.

Contoh: pengungkapan skandal keuangan atau penyelundupan ilegal.

- Berita Opini (*Opinion News*)

Berita yang berisi opini atau pandangan seseorang terhadap suatu peristiwa.

Biasanya ditemukan dalam bentuk editorial atau kolom di surat kabar.

- Berita *Human Interest*

Berita yang menyentuh emosi pembaca dan sering kali berkaitan dengan kisah inspiratif atau kejadian yang menarik perhatian.

Contoh: kisah seorang guru yang mengajar di daerah terpencil tanpa listrik.

- Berita *Feature* (*Feature News*)

Berita yang menggabungkan fakta dengan gaya penulisan yang lebih kreatif dan menarik.

Contoh: profil seorang seniman atau ulasan tentang tradisi budaya unik di suatu daerah.

2.3.2 Nilai Berita (*News Values*)

Tidak semua peristiwa bisa dijadikan berita. Ada beberapa kriteria atau nilai berita yang menentukan apakah suatu kejadian layak diberitakan atau tidak. Berikut adalah beberapa nilai berita yang umum digunakan dalam jurnalistik:

a. Kedekatan (*Proximity*)

- Semakin dekat suatu peristiwa dengan pembaca atau pemirsa, semakin besar nilainya sebagai berita.
- Contoh: Banjir di kota tempat pembaca tinggal lebih menarik dibandingkan banjir di negara lain.

b. Kebaruan (*Timeliness*)

- Berita yang bersifat terbaru atau aktual memiliki nilai lebih tinggi.
- Contoh: Pengumuman hasil pemilu yang baru saja selesai lebih bernilai daripada hasil pemilu tahun lalu.

c. Dampak (*Impact/Consequence*)

- Berita yang memiliki pengaruh besar terhadap banyak orang lebih layak diberitakan.
- Contoh: Kenaikan harga BBM yang berdampak pada ekonomi masyarakat luas.

d. Ketokohan (*Prominence*)

- Peristiwa yang melibatkan tokoh terkenal, pejabat, atau selebritas lebih menarik dibandingkan kejadian yang melibatkan orang biasa.
- Contoh: Pernyataan seorang presiden lebih banyak diberitakan dibandingkan pendapat orang biasa.

e. Keanehan (*Oddity/Unusualness*)

- Kejadian yang tidak biasa atau unik sering kali menjadi berita menarik.
- Contoh: Seorang petani menemukan meteorit di ladangnya.

f. Konflik (*Conflict*)

- Berita tentang konflik, perdebatan, atau kontroversi sering kali menarik perhatian.
- Contoh: Perdebatan antara dua politisi mengenai kebijakan ekonomi.

g. Emosi (*Human Interest*)

- Berita yang menyentuh perasaan, seperti kisah inspiratif atau tragedi kemanusiaan.
- Contoh: Kisah seorang anak yang berhasil masuk universitas meskipun berasal dari keluarga miskin.

h. Ketegangan dan Sensasi (*Drama and Suspense*)

- Berita yang memiliki unsur ketegangan dan menarik rasa penasaran publik.
- Contoh: Kasus kriminal yang belum terpecahkan.

2.4 Komunikasi

Kata "komunikasi" berasal dari bahasa Inggris *communication*, yang secara etimologis bersumber dari bahasa Latin *communicates*, berakar pada kata *communis*. Kata *communis* memiliki makna 'berbagi' atau 'menjadi milik bersama', yang mencerminkan suatu upaya menuju kebersamaan atau kesamaan makna. Secara terminologis, komunikasi merujuk pada proses penyampaian suatu pernyataan dari seseorang kepada orang lain. Oleh karena itu, komunikasi secara khusus melibatkan interaksi manusia.

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi, ide, pemikiran, atau perasaan antara dua pihak atau lebih dengan tujuan mencapai pemahaman bersama.. Komunikasi menurut Harold Lasswell dalam Syaih (2019) Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Who With What Effect?*

Dari pendapat di atas menunjukkan bahwa proses komunikasi Proses ini melibatkan berbagai elemen, yaitu:

1. Komunikator (siapa yang mengatakan)
2. Pesan (mengatakan apa)
3. Media (melalui saluran/channel/media apa)
4. Komunikan (kepada siapa)
5. Efek (dengan dampak/efek apa)

Berdasarkan paradigma Lasswell, proses komunikasi adalah mekanisme sistematis yang melibatkan berbagai elemen penting. Komunikator, sebagai pengirim pesan, terlebih dahulu menyusun atau membentuk (*encode*) pesan yang ingin disampaikan. Penyusunan ini mencakup pemilihan kata, simbol, nada, atau bentuk penyampaian yang disesuaikan dengan tujuan komunikasi dan karakteristik audiens.

Setelah pesan terbentuk, komunikator menyampaikannya melalui saluran tertentu, seperti media lisan, tulisan, visual, atau digital, bergantung pada situasi dan teknologi yang digunakan. Dalam komunikasi massa, saluran yang dipakai dapat berupa televisi, radio, media sosial, atau surat kabar, sedangkan

dalam komunikasi interpersonal, salurannya lebih bersifat langsung, seperti percakapan tatap muka atau pesan teks.

2.4.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca/pendengar/penonton yang akan coba diraihny, dan efeknya terhadap mereka. Komunikasi massa juga merupakan disiplin kajian ilmu sosial yang relatif muda jika dibandingkan dengan ilmu psikologi, sosiologi, ilmu politik, dan ekonomi. Sekaranng ini komunikasi massa sudah dimasukkan dalam disiplin ilmiah (Nurudin, 2007).

Menurut West dan Turner (2009), komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan kepada khalayak luas melalui berbagai media, seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet.

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh bittner, yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang. (Ardianto, 2004). Dari pernyataan tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan kepada audiens yang sangat besar dan beragam melalui media massa. Pesan ini disampaikan dengan tujuan untuk mempengaruhi, memberikan informasi, atau menghibur kelompok yang luas, sering kali tanpa interaksi langsung antara pengirim dan penerima pesan. Media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet menjadi saluran utama dalam komunikasi massa, memungkinkan pesan mencapai audiens

yang tersebar di berbagai wilayah geografis dan dengan latar belakang yang berbeda-beda.

Komunikasi massa memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik, menyebarkan ide, dan memengaruhi sikap serta perilaku masyarakat. Hal ini memungkinkan pesan yang disampaikan oleh individu, organisasi, atau lembaga untuk memiliki dampak yang luas, baik dalam konteks sosial, politik, maupun budaya. Karena jangkauan dan pengaruhnya yang besar, komunikasi massa sering digunakan dalam berbagai bidang, termasuk pendidikan, pemasaran, dan kampanye sosial.

2.4.2 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa adalah untuk menyampaikan informasi secara luas kepada masyarakat dalam skala besar dengan menggunakan media massa, seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, internet, dan lain-lain.

Fungsi komunikasi massa yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell yakni, (1) Fungsi Pengawasan, (2) Fungsi Koerelasi, (3) Fungsi Pewarisan Sosial. Sama seperti pendapat Lasswell, Charles Robert Wright (1998) menambah fungsi hiburan dalam fungsi komunikasi massa (Nurudin, 2004 dikutip dalam Ramli, Fadhil, 2016).

Sedangkan fungsi komunikasi massa menurut Dominick, dalam bukunya *The Dynamics of Mass Communications* adalah sebagai berikut

a. Pengawasan (*Surveillance*)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama yaitu fungsi pengawasan peringatan, yaitu jenis pengawasan yang dilakukan oleh media untuk menyampaikan informasi berupa ancaman yang perlu diketahui oleh khalayak. Dan yang kedua adalah fungsi pengawasan instrumental, yaitu penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

b. Penafsiran (*Interpretation*)

Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberi penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut.

c. Pertalian (*Linkage*)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk pertalian (*linkage*) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis diperhatikan atau dihubungkan oleh media.

d. Penyebaran nilai-nilai (*Transmission of Value*)

Fungsi ini juga disebut sosialisasi (*socialization*). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton,

didengari dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka dengan perkataan lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

e. Hiburan (*Entertainment*)

Sulit dibantah lagi, bahwa kenyataan hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Majalah banyak memuat hiburan, bahkan ada beberapa majalah yang hanya menampilkan berita seperti *Time* dan *News Week*, *Gatra* dan *Garda*.

2.4.3 Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik khusus, seperti:

- a. Berorientasi pada khalayak luas: Komunikasi ini ditujukan untuk audiens yang beragam, tanpa memandang batasan usia, latar belakang sosial, budaya, atau geografis.
- b. Menggunakan media teknologi: Pesan disampaikan melalui perangkat atau saluran media, seperti media cetak (koran, majalah), media elektronik (televisi, radio), atau media digital (internet, media sosial).
- c. Proses penyampaian pesan yang terorganisir: Penyampaian pesan melalui media massa dilakukan dalam format yang terstruktur dan terorganisir dengan menggunakan teknologi untuk memastikan pesan mencapai audiens secara efektif.

- d. Proses satu arah: Dalam kebanyakan kasus, komunikasi massa bersifat satu arah, di mana komunikator mengirim pesan tanpa interaksi langsung dari komunikan.
- e. Bersifat publik: Informasi yang disampaikan dapat diakses oleh siapa saja yang memiliki akses ke media yang digunakan.
- f. Penyebaran yang cepat: Media massa memungkinkan informasi menyebar dengan cepat dan luas, menciptakan efek yang signifikan pada opini publik.
- g. Asynchronous: Komunikasi massa sering kali terjadi tanpa sinkronisasi langsung antara pengirim dan penerima pesan, seperti dalam kasus siaran radio atau televisi yang tidak memerlukan audiens langsung di tempat yang sama.
- h. Komunikasi massa dikontrol oleh gatekeeper : Gatekeeper atau yang sering disebut penapis informasi/palang pintu/penjaga gawang, adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. Gatekeeper berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami. (Nurudin, 2007)

2.4.4 Jenis-Jenis Media Komunikasi Massa

Menurut (Cangara, 2010 dalam Rafi, 2023), Jenis-jenis media massa dibedakan menjadi tiga jenis yakni antara lain :

a. Media Cetak

Media massa pertama kali muncul di dunia pada tahun 1920 an. Di kala itu pada awalnya media massa digunakan pemerintah untuk mendoktrin masyarakat, sehingga membawa masyarakat pembaca kepada suatu tujuan tertentu. Seperti teori jarum suntik pada teori komunikasi massa.

b. Media Elektronik

Setelah media cetak muncullah media elektronik pertama yaitu radio. Sebagai media audio yang menyampaikan pesan lewat suara. Kecepatan dan ketepatan waktu dalam penyampain pesan radio tentu lebih cepat dengan menggunakan siaran langsung. Pada waktu penyebaran informasi Proklamasi Kemerdekaan media massa radio berperan utama dalam penyebaran berita. Setelah itu muncul televisi yang lebih canggih bisa menayangkan gambar. Yaitu sebagai media massa audio visual.

c. Media Internet

Baru populer di abad 21, google lahir pada tahun 1997. Media internet bisa melebihi kemampuan media cetak dan elektronik. Apa yang ada pada kedua media tersebut bisa masuk dalam jaringan internet melalui website. Banyak kelebihan media maassa internet dibanding media yang lain.

2.4.5 Pengaruh Media Massa

Komunikasi massa harus mempunyai efek menambah pengetahuan, mengubah sikap, dan menggerakkan perilaku kita. Efek yang terjadi pada

komunikasi tersebut terdapat pada tiga aspek, yaitu efek kognitif, afektif, dan behavioral.

- a. Efek Kognitif : Efek yang timbul bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsikan oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transformasi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
- b. Efek Afektif : Efek yang timbul apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci oleh khalayak. Efek ini berhubungan dengan emosi, sikap, dan nilai.
- c. Efek Behavioral : Efek yang merujuk pada perilaku nyata yang diamati, meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.
(Rakhmat, 2002)

Selain itu, komunikasi massa tidak hanya memiliki tiga jenis efek utama (kognitif, afektif, dan behavioral), tetapi juga memberikan dampak positif dan negatif yang signifikan terhadap masyarakat.

Efek positif:

- a. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu sosial.
- b. Mendorong inovasi melalui penyebaran ide baru.
- c. Mempererat hubungan sosial melalui media interaktif.

Efek negatif:

- a. Penyebaran hoaks dan informasi palsu.
- b. Pengaruh buruk dari konten negatif seperti kekerasan dan pornografi.
- c. Ketergantungan berlebihan pada media massa.

Pemahaman terhadap dampak ini penting agar kita dapat memanfaatkan komunikasi massa secara bijaksana dan meminimalkan risiko yang mungkin terjadi.

2.4.6 Tantangan dan Tren dalam Komunikasi Massa

- a) Perkembangan Teknologi: Kemajuan teknologi seperti AI, big data, dan realitas virtual mengubah cara komunikasi massa dilakukan.
- b) Media Sosial: Platform seperti Facebook, Twitter, dan Instagram menjadi alat komunikasi massa yang efektif, namun juga menimbulkan tantangan seperti penyebaran informasi palsu.
- c) Globalisasi: Informasi dapat menyebar dengan cepat ke seluruh dunia, tetapi juga menghadirkan tantangan budaya dan etika.
- d) Regulasi dan Etika: Kebutuhan akan regulasi untuk menjaga kredibilitas media dan melindungi hak privasi individu.

2.5 Pers

Pers merupakan salah satu pilar utama dalam kehidupan demokrasi yang berfungsi sebagai sarana komunikasi massa dan penjaga nilai-nilai transparansi serta akuntabilitas dalam masyarakat. Oleh karena itu, pers harus memiliki ruang yang cukup untuk menjalankan tugasnya secara independen, tanpa terpengaruh oleh tekanan dari pihak manapun. Pers juga memainkan peran sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat, memastikan

aliran informasi yang jujur dan terbuka. Kebebasan pers menjadi salah satu fondasi utama yang memungkinkan pers menjalankan fungsi kritik, kontrol sosial, dan edukasi dengan efektif.

Kebebasan pers adalah hak fundamental yang memungkinkan jurnalis dan media bekerja secara independen tanpa takut akan intimidasi, sensor, atau pembatasan. Kebebasan ini memberikan ruang bagi pers untuk menyampaikan opini, mengungkap fakta, dan mendukung dialog publik yang sehat. Kebebasan ini juga memungkinkan terjadinya pluralitas informasi, di mana berbagai sudut pandang dapat disampaikan tanpa adanya distorsi yang berasal dari campur tangan politik atau kepentingan tertentu. Di negara-negara demokratis, kebebasan pers dijamin oleh konstitusi atau hukum yang berlaku, sehingga memungkinkan pers beroperasi dengan efektif dan bertanggung jawab. Namun demikian, kebebasan pers harus diimbangi dengan tanggung jawab, termasuk dalam memastikan informasi yang disampaikan sesuai dengan prinsip-prinsip jurnalistik dan tidak merugikan kepentingan masyarakat.

Di Indonesia, kebebasan pers dijamin dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Undang-undang ini tidak hanya menjamin hak pers, tetapi juga mengatur tanggung jawab media dalam melaksanakan fungsi pemberitaan secara profesional dan bertanggung jawab. Selain itu, Indonesia memiliki Dewan Pers yang bertugas mengawasi kinerja media serta menegakkan kode etik jurnalistik. Walaupun pers di Indonesia telah berkembang pesat, tantangan terhadap kebebasan pers masih tetap ada, seperti

ancaman terhadap independensi pers, tekanan politik, penyebaran hoaks, serta dinamika persaingan di era digital. Oleh karena itu, penting bagi pers untuk menjalankan tugasnya dengan penuh tanggung jawab, guna menjaga kualitas demokrasi dan kesejahteraan masyarakat.

2.5.1 Fungsi Pers

a) Informasi

Pers berfungsi memberikan informasi yang akurat, relevan, dan terkini kepada masyarakat. Informasi ini mencakup berbagai bidang, seperti politik, ekonomi, sosial, budaya, olahraga, dan hiburan.

b) Edukasi

Melalui pemberitaan dan analisis, pers mendidik masyarakat dengan menyampaikan pengetahuan yang dapat memperluas wawasan, meningkatkan literasi, serta membantu pembentukan opini publik yang cerdas.

c) Kontrol Sosial

Pers memiliki peran sebagai pengawas (watchdog) terhadap kekuasaan, baik pemerintah maupun sektor swasta. Dengan menyampaikan laporan investigasi atau kritik, pers membantu mencegah penyalahgunaan kekuasaan dan korupsi.

d) Hiburan

Selain sebagai sumber informasi, pers juga menyediakan konten hiburan seperti cerita, komik, kolom humor, dan program-program santai yang menghibur audiens.

e) Mediator

Pers berperan sebagai perantara antara pemerintah, masyarakat, dan berbagai kelompok kepentingan. Media sering menjadi sarana untuk menyampaikan aspirasi, kritik, dan pandangan dari berbagai pihak.

2.5.2 Ciri-Ciri Pers

a) Independen

Pers harus bebas dari intervensi pihak tertentu agar dapat menyampaikan berita secara objektif dan tidak memihak.

b) Objektif

Informasi yang disampaikan harus berdasarkan fakta dan tidak mengandung opini yang bias.

c) Profesional

Pers didukung oleh tenaga kerja yang memiliki keahlian dalam bidang jurnalistik, serta bekerja berdasarkan kode etik jurnalistik.

d) Bertanggung Jawab

Setiap informasi yang disampaikan harus dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya kepada publik dan sesuai dengan hukum yang berlaku.

2.5.3 Jenis-Jenis Pers

a) Pers Cetak

Media yang berbasis cetak seperti koran, majalah, dan tabloid. Meski mengalami penurunan popularitas akibat digitalisasi, pers cetak tetap memiliki audiens khusus.

b) Pers Elektronik

Media berbasis audio atau audio-visual seperti radio dan televisi yang memungkinkan penyebaran informasi secara real-time.

c) Pers Online

Media yang memanfaatkan internet sebagai platform utama, seperti portal berita, blog jurnalistik, dan media sosial. Jenis ini menjadi semakin dominan di era digital.

d) Pers dalam Demokrasi

Dalam sistem demokrasi, pers dianggap sebagai “pilar keempat” setelah eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Hal ini karena peran pers yang krusial dalam mendukung transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi masyarakat. Pers memungkinkan masyarakat untuk mengawasi tindakan pemerintah dan membuat keputusan yang berdasarkan informasi.

2.6 Jurnalistik

Jurnalistik berasal dari kata “*journal*” yang dalam bahasa Perancis berarti “catatan harian”. Secara umum, jurnalistik dapat diartikan sebagai kegiatan

mengumpulkan, menulis, mengedit, dan menyebarluaskan informasi melalui media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan platform digital. Jurnalistik berperan penting dalam menyediakan informasi yang relevan dan aktual kepada publik.

Menurut para ahli, jurnalistik merupakan seni atau keterampilan dalam mengelola informasi yang mencakup proses pencarian, pengumpulan, pengolahan, hingga penyajian fakta untuk disampaikan kepada khalayak melalui media komunikasi. Fungsi utama jurnalistik adalah mendokumentasikan peristiwa dan mengedukasi masyarakat.

2.6.1 Tujuan Jurnalistik

a. Menyampaikan Informasi

Jurnalistik bertujuan untuk menyebarkan fakta dan informasi yang dibutuhkan masyarakat guna memahami perkembangan dunia di sekitarnya.

b. Mengedukasi

Melalui liputan mendalam, jurnalistik dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang berbagai topik seperti politik, ekonomi, budaya, atau lingkungan.

c. Menghibur

Dalam beberapa jenis jurnalistik, seperti feature dan infotainment, aspek hiburan menjadi fokus utama untuk menarik perhatian pembaca atau penonton.

d. Mengawasi Kekuasaan

Jurnalistik sering disebut sebagai “kekuasaan keempat” (the fourth estate) yang berfungsi mengawasi penyalahgunaan kekuasaan oleh pemerintah atau pihak lain.

e. Memberi Suara pada Masyarakat

Media berfungsi sebagai platform untuk menyuarakan aspirasi, keluhan, atau harapan masyarakat.

2.6.2 Jenis-Jenis Jurnalistik

a. Jurnalistik Berita (*Hard News*)

Fokus pada penyampaian fakta secara langsung dan objektif, seperti berita politik, bencana alam, atau perkembangan ekonomi.

b. Jurnalistik Investigasi

Melibatkan penelitian mendalam untuk mengungkap fakta tersembunyi atau isu yang kontroversial, seperti kasus korupsi atau pelanggaran hak asasi manusia.

c. Jurnalistik *Feature*

Berupa artikel yang memberikan sudut pandang menarik dan lebih mendalam, biasanya mengutamakan cerita atau human interest.

d. Jurnalistik Opini

Berisi pendapat atau analisis dari penulis, seperti editorial, kolom, atau esai.

e. Jurnalistik Foto

Menyampaikan informasi atau cerita melalui foto yang relevan dengan teks pendukung.

f. Jurnalistik Digital

Berkembang pesat di era internet, jurnalistik digital meliputi penulisan artikel online, video jurnalistik, hingga media sosial.

2.6.3 Prinsip Jurnalistik

a. Kebenaran dan Akurasi

Informasi yang disampaikan harus berbasis fakta dan diverifikasi dengan baik.

b. Objektivitas

Wartawan harus menyampaikan informasi tanpa bias atau pandangan pribadi.

c. Independensi

Jurnalis harus bebas dari pengaruh pihak luar, termasuk pemerintah atau pemilik media.

d. Tanggung Jawab

Informasi yang disampaikan harus bermanfaat bagi masyarakat dan tidak menimbulkan keresahan.

e. Keseimbangan

Semua pihak yang terlibat dalam suatu isu harus diberi kesempatan untuk memberikan pendapat.

f. Etika

Jurnalistik harus mematuhi kode etik jurnalistik, seperti menjaga kerahasiaan narasumber dan tidak menyebarkan berita palsu.

2.6.4 Proses Kerja Jurnalistik

a. Pencarian Informasi

Dimulai dengan mengidentifikasi peristiwa yang memiliki nilai berita. Jurnalis dapat mencari informasi melalui wawancara, dokumen resmi, atau observasi langsung.

b. Penulisan

Informasi yang telah terkumpul diolah menjadi laporan yang jelas, ringkas, dan menarik. Teknik piramida terbalik sering digunakan dalam penulisan berita.

c. Penyuntingan

Naskah yang telah ditulis diperiksa kembali untuk memastikan akurasi, kesesuaian bahasa, dan kepatuhan pada kode etik.

d. Publikasi

Hasil kerja jurnalis dipublikasikan melalui media yang sesuai, baik cetak, elektronik, maupun digital.

e. Evaluasi

Setelah dipublikasikan, efektivitas berita dievaluasi untuk mengetahui respons pembaca dan dampaknya.

2.6.5 Tantangan dalam Dunia Jurnalistik

a. Perkembangan Teknologi

Dengan hadirnya media sosial, informasi dapat menyebar tanpa verifikasi, sehingga wartawan harus bersaing dengan sumber informasi yang tidak kredibel.

b. Tekanan Politik dan Ekonomi

Banyak media menghadapi tekanan dari pihak-pihak tertentu yang berusaha memengaruhi isi pemberitaan.

c. Keamanan Jurnalis

Di beberapa negara, jurnalis menghadapi risiko kekerasan atau bahkan kematian ketika meliput isu sensitif.

d. *Fake News* dan Disinformasi

Kehadiran berita palsu menantang kredibilitas media arus utama.

e. Perubahan Pola Konsumsi Media

Generasi muda lebih banyak mengonsumsi berita melalui media digital, sehingga media tradisional perlu beradaptasi.

2.6.6 Pasal-Pasal Mengenai Kode Etik Jurnalistik

Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar. Wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan public dan dan menegakkan integritas serta

profesionalisme. Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan dan menaati kode etik jurnalistik berikut.

1. Pasal 1: wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang dan tidak beritikad buruk Penafsiran
 - a. Independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers.
 - b. Akurat berarti di percaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi.
 - c. Berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan setara
 - d. Tidak beritikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain
2. Pasal 2: wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang professional dalam melaksanakan tugas jurnalistik Penafsiran
 - a. Menunjukkan identitas diri kepada narasumber
 - b. Menghormati hak privasi
 - c. Tidak menyuap
 - d. Menghasilkan berita yang faktual
 - e. Menghormati pengalaman traumatis narasumber
 - f. Tidak melakukan plagiat

3. Pasal 3: wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi serta menerapkan asas praduga tak bersalah

Penafsiran

- a. Menguji informasi berarti melakukan check and recheck tentang kebenaran informasi
 - b. Berimbang adalah memberikan ruang atau waktu pemberitaan kepada masing-masing pihak secara professional
 - c. Opini yang menghakimi adalah pendapat pribadi wartawan
 - d. Asas praduga tak bersalah adalah prinsip yang tidak menghakimi seseorang.
4. Pasal 4: wartawan Indonesia tidak boleh membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.

Penafsiran

- a. Bohong adalah sesuatu yang tidak diketahui sebelumnya oleh wartawan sebagai hal yang tidak sesuai dengan fakta yang terjadi
 - b. Fitnah berarti tuduhan tanpa dasar yang dilakukan secara sengaja dengan niat buruk
 - c. Sadis berarti kejam
 - d. Cabul berarti penggambaran tingkah laku secara erotis
5. Pasal 5: wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan sosial dan tidak menyebutkan identitas korban

Penafsiran

- a. Identitas adalah semua data dan informasi yang menyangkut diri
 - b. Anak adalah seseorang yang berusia kurang dari 16 tahun
6. Pasal 6. Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap

Penafsiran

- a. Menyalahgunakan profesi adalah segala tindakan yang mengambil keuntungan pribadi atas dasar informasi yang di peroleh saat bertugas
 - b. Suap adalah segala pemberian dalam bentuk uang, benda atau fasilitas
7. Pasal 7: wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber

Penafsiran

- a. Hak tolak adalah hak untuk tidak mengungkapkan identitas dan keberadaan narasumber
8. Pasal 8: wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka

Penafsiran

- a. Prasangka adalah anggapan kurang baik mengenai sesuatu
 - b. Diskriminasi adalah perbedaan perlakuan
9. Pasal 9: Wartawan Indonesia menghormati hak seorang narasumber tentang kehidupan pribadinya

Penafsiran

- a. Menghormati hak narasumber adalah sikap menahan diri dan berhati-hati
- b. Kehidupan pribadi adalah segala segi kehidupan seseorang

10. Pasal 10: wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita.

Penafsiran

- a. Segera berarti tindakan dalam waktu secepat mungkin, baik karena ada maupun tidak ada teguran dari pihak luar
- b. Permintaan maaf di sampaikan apabila kesalahan terkait dengan substansi pokok

11. Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara koreksi secara proporsional.

Penafsiran

- a. Hak jawab adalah hak seseorang atau hak sekelompok orang untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan berupa fakta yang merugikan nama baiknya.
- b. Hak koreksi adalah hak setiap orang untuk membetulkan kekeliruan informasi yang di beritakan oleh pers, baik tentang dirinya maupun tentang orang lain.
- c. Proporsional berarti setara dengan bagian berita yang perlu di perbaiki.

2.7 Media Online dan *Era Post-Truth*

2.7.1 Media Online dan Ciri-cirinya

Media online merujuk pada *platform* digital yang menyediakan akses informasi secara cepat dan praktis melalui jaringan internet. Media ini mencakup situs berita, blog, media sosial, hingga aplikasi berbasis berita.

Ciri-ciri utama media online meliputi:

- a. Interaktivitas: Pembaca dapat memberikan komentar, berbagi, atau berpartisipasi dalam diskusi.
- b. Kecepatan Akses: Informasi dapat diperbarui dan diakses secara real-time.
- c. Multimedia: Menggabungkan teks, gambar, audio, dan video untuk menyampaikan informasi.
- d. Personalisasi: Konten dapat disesuaikan dengan preferensi pengguna berdasarkan data yang dikumpulkan.
- e. Jangkauan Global: Informasi dapat diakses dari berbagai belahan dunia tanpa batas geografis.

2.7.2 Konsep *Era Post-Truth* dan Dampaknya terhadap Konsumsi Informasi

Era post-truth adalah kondisi di mana emosi dan keyakinan pribadi lebih memengaruhi opini publik dibandingkan fakta objektif. Dalam era ini, persepsi sering kali dibentuk oleh narasi yang menarik perhatian, meskipun tidak selalu berbasis fakta. Dampak dari era ini terhadap konsumsi informasi adalah:

- a. Meningkatnya Penyebaran *Hoaks*: Informasi palsu lebih mudah viral karena daya tarik emosionalnya.
- b. Polarisasi Publik: Konsumen cenderung memilih informasi yang sesuai dengan keyakinan mereka (bias konfirmasi).
- c. Penurunan Kepercayaan pada Media: Publik menjadi skeptis terhadap informasi yang diterima, bahkan dari sumber terpercaya.
- d. Fragmentasi Informasi: Media sosial dan algoritma menciptakan "*filter bubble*" yang membatasi eksposur terhadap pandangan berbeda.

2.8 Kepercayaan Publik terhadap Media

Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepercayaan Publik pada Media:

- 1) Kredibilitas Konten: Keakuratan, kelengkapan, dan relevansi informasi.
- 2) Transparansi: Keterbukaan media dalam menyampaikan sumber informasi.
- 3) Reputasi Media: Sejarah dan independensi media dalam menyajikan berita.
- 4) Interaksi dengan Pembaca: Tingkat keterlibatan media dengan audiensnya melalui platform interaktif.
- 5) Etika Jurnalistik: Kepatuhan terhadap prinsip jurnalistik seperti keberimbangan dan nonpartisan.

2.8.1 Indikator Kepercayaan Publik dalam Konteks Media Digital

Indikator kepercayaan publik dalam konteks media digital terbagi menjadi 4, yaitu:

1. Frekuensi Penggunaan: Seberapa sering media tersebut dijadikan sumber informasi.
2. Kepuasan Pengguna: Tingkat kepuasan pembaca terhadap kualitas informasi yang disajikan.
3. Feedback Positif: Jumlah komentar, ulasan, atau rekomendasi dari pembaca.
4. Kepercayaan terhadap Sumber: Pengakuan terhadap kredibilitas media di antara platform lainnya.

2.9 Strategi Media dalam Membangun Kepercayaan

2.9.1 Pendekatan Editorial

1. Berita Berbasis Fakta: Memastikan setiap konten yang diterbitkan diverifikasi kebenarannya melalui sumber yang dapat dipercaya.
2. Keberimbangan: Menyajikan berbagai sudut pandang agar berita tidak terlihat bias.
3. Transparansi: Menyebutkan sumber informasi secara jelas dan menyertakan data pendukung.

2.9.2 Penggunaan Teknologi

1. *Search Engine Optimization (SEO)*: Meningkatkan visibilitas konten di mesin pencari untuk menjangkau lebih banyak audiens.
2. *Data Analytics*: Menganalisis preferensi pembaca untuk menyesuaikan konten yang relevan.
3. *Engagement Digital*: Menggunakan platform digital untuk berinteraksi langsung dengan pembaca.
4. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Interaktif
Media sosial memungkinkan media untuk menjangkau audiens secara langsung dan membangun hubungan yang lebih personal. Fitur-fitur seperti live streaming, polling, dan ruang diskusi memperkuat interaksi ini.

2.10 Uraian Teori

Teori adalah suatu sistem konsep, ide, dan prinsip yang dirancang untuk menjelaskan, memahami, atau memprediksi suatu fenomena tertentu. Teori biasanya didasarkan pada observasi, penelitian, atau eksperimen yang sistematis, dan berfungsi sebagai kerangka kerja untuk menganalisis suatu masalah atau menjelaskan bagaimana berbagai elemen dalam suatu sistem saling berkaitan.

Teori adalah alat yang digunakan untuk menjelaskan dan memahami fenomena tertentu. Beberapa ahli memiliki pandangan berbeda dalam mendefinisikan teori, seperti yang dijelaskan berikut ini:

1. Era *Post-Truth*

Era *post-truth* menekankan bahwa emosi dan keyakinan subjektif lebih dominan dalam membentuk opini publik dibandingkan fakta objektif.

Ralph Keyes dalam bukunya *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life* (2004) menjelaskan bahwa masyarakat kini lebih mengutamakan narasi yang sesuai dengan keyakinan mereka dibandingkan fakta yang objektif.

2. Teori Kepercayaan: Fukuyama (1995) dalam *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity* menjelaskan pentingnya kepercayaan dalam menciptakan hubungan masyarakat yang harmonis dan mendukung terciptanya kemakmuran sosial.

3. Model Kepercayaan Media: Stephen Covey (2006) dalam *The Speed of Trust* menjelaskan bahwa media yang kredibel dapat meningkatkan kepercayaan publik dengan membangun reputasi melalui akurasi dan transparansi.

4. Teori Agenda-Setting: Maxwell McCombs dan Donald Shaw (1972) mengungkapkan bahwa media memiliki kemampuan untuk memengaruhi isu-isu yang dianggap penting oleh publik.

5. Teori Media Lokal: Lazarsfeld dan Katz (1955) dalam *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications* menekankan peran media lokal dalam membangun opini publik secara personal.

Penelitian ini menggunakan teori Agenda-Setting untuk mengkaji bagaimana media massa berperan dalam membentuk agenda publik terkait isu-isu *hoax*. Berdasarkan teori ini, media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perhatian publik dengan memilih isu-isu yang akan diberitakan secara intens. Pemberitaan yang berlebihan atau tendensius mengenai *hoax* dapat mengarahkan perhatian masyarakat pada isu-isu yang tidak benar, sehingga memperkuat persepsi bahwa *hoax* adalah topik yang penting untuk dibicarakan. Hal ini berpotensi mengubah cara pandang publik terhadap berbagai peristiwa, meskipun informasi yang disajikan tidak sepenuhnya akurat.

Dalam konteks penyebaran *hoax*, teori Agenda-Setting menjelaskan bagaimana media dapat menentukan isu yang menjadi fokus perhatian publik. Ketika *hoax* diberitakan dengan frekuensi yang tinggi atau dalam bentuk yang sensasional, isu tersebut menjadi lebih menonjol dalam diskursus publik. Oleh karena itu, media memainkan peran penting dalam menetapkan apa yang dianggap sebagai "masalah besar" oleh masyarakat, meskipun topik tersebut sebenarnya tidak berdasar atau menyesatkan. Penelitian ini berfokus pada bagaimana media, dengan pengaruh besar mereka, dapat memanipulasi agenda publik melalui pemberitaan *hoax* yang menyebar dengan cepat, terutama di era digital saat ini.

2.11 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian	Sumber
1	Ahmad Faizal	2021	Strategi Media Online dalam Meningkatkan Kredibilitas di Era Post-Truth	Studi Kasus	Menggunakan Teori Agenda Setting	Media online cenderung memanfaatkan teknik framing untuk memperkuat narasi yang dapat meningkatkan kredibilitas di mata audiens. Penggunaan sumber informasi yang valid dan penyajian konten yang netral berkontribusi pada kepercayaan publik.	Jurnal Komunikasi Digital, Universitas Indonesia
2	Siti Maesaroh	2020	Peran Media Online dalam Melawan Hoaks di Era Post- Truth	Deskriptif Kualitatif	Menggunakan Teori Kultivas	Media yang aktif dalam memberikan edukasi tentang literasi digital mampu mengurangi dampak hoaks. Strategi media yang proaktif menciptakan citra positif di masyarakat.	Prosiding Seminar Nasional, Universitas
3	Rahmat Hidayat	2022	Kredibilitas Media Online dan Pengaruhnya terhadap Kepercayaan Publik	Kuantitatif dengan Survei	Teori Kepercayaan	Faktor yang paling memengaruhi kepercayaan publik terhadap media online adalah kecepatan informasi, transparansi, dan konsistensi pemberitaan.	Jurnal Media Digital dan Masyarakat, Universitas Airlangga
4	Dian Permatasari	2020	Strategi Media Lokal dalam Menghadapi Era Post-Truth	Studi Literatur	Teori Spiral Keheningan	Media lokal cenderung menggunakan pendekatan personal melalui kanal sosial media untuk membangun interaksi langsung dengan audiens, sehingga	Jurnal Ilmu Komunikasi Daerah, Universitas Sumatera Utara

						meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan.	
5	Budi Santoso	2019	Dampak Post-Truth terhadap Pemberitaan Media Online	Eksperimen	Teori Media Baru	Media online yang menyediakan fitur verifikasi berita secara langsung mendapatkan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dibandingkan media yang tidak menyediakan fitur tersebut.	Jurnal Transformasi Digital, Universitas Padjadjaran
6	Harahap, F	2024	Analisis Strategi Waspada Online dalam Menjaga Kredibilitas Informasi	Wawancara mendalam dengan jurnalis Waspada Online	Teori Komunikasi Publik	Waspada Online menerapkan verifikasi ketat, kolaborasi dengan pihak ketiga untuk pengecekan fakta, dan membangun komunitas pembaca aktif untuk menjaga kredibilitasnya.	Laporan Penelitian Pascasarjana Universitas Sumatera Utara
7	Mahardika, T. & Setiawan, R	2023	Taktik Media Lokal dalam Melawan Hoaks di Era Post- Truth	Studi lapangan di media lokal Sumatera Utara	Teori Literasi Media	Media lokal yang mengedepankan edukasi literasi media kepada pembaca berhasil meningkatkan kepercayaan publik sebesar 15% dalam setahun.	Jurnal Penelitian Media Lokal
8	Fitriana, N	2022	Kepercayaan Publik terhadap Media Online di Tengah Era Post-Truth	Survei kepada 500 responden	Teori Uses and Gratifications	Kepercayaan publik terhadap media online dipengaruhi oleh keakuratan berita, interaktivitas platform, dan reputasi media.	Prosiding Seminar Nasional Komunikasi
9	Sukmana, I. & Wirawan, D	2021	Peran Media Digital dalam Era Post-Truth di Indonesia	Analisis konten media digital	Teori Postmodernisme dalam Komunikasi	Media yang memberikan ruang bagi diskusi publik dan verifikasi informasi lebih berhasil menjaga kredibilitas dibanding media yang mengutamakan sensasi.	Jurnal Studi Media, Vol. 10 No. 2

Berikut adalah tabel yang membandingkan persamaan dan perbedaan dari 9 penelitian terkait strategi media dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap berita politik di era *post-truth*, beserta nama penelitiannya:

Tabel 2.6 Persamaan dan Perbedaan

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1	Peran Jurnalis Waspada.id dalam Mengantisipasi Berita Hoax untuk Mewujudkan Kepercayaan Publik	Junita Farida	Fokus pada peran jurnalis dalam menangkal hoaks untuk meningkatkan kepercayaan publik	Studi kasus pada Waspada.id dan platform Facebook
2	Post-Truth Politics: Tantangan Media Arus Utama di Indonesia dalam Menghadapi Gelombang Hoaks	Nurmansyah	Analisis tantangan media arus utama dalam era post-truth	Penekanan pada peran media arus utama sebagai benteng terakhir integritas informasi
3	Fenomena Penurunan Kepercayaan Publik terhadap Institusi Pemerintah dalam Era Post-Truth	Penulis tidak disebutkan	Analisis penyebab dan dampak penurunan kepercayaan publik	Fokus pada peran mahasiswa Ilmu Komunikasi UINSU dalam merespons fenomena post-truth
4	Peran Algoritma Media Sosial dalam Penyebaran Propaganda Politik di Era Post-Truth	Penulis tidak disebutkan	Analisis peran algoritma media sosial dalam penyebaran propaganda politik	Penekanan pada teknik retorika dan psikologi emosional dalam propaganda digital
5	Disinformasi di Era Post-Truth: Ancaman terhadap Demokrasi dan Kepercayaan Publik	Penulis tidak disebutkan	Analisis dampak disinformasi terhadap demokrasi dan kepercayaan publik	Studi kasus pada pemilu 2019 di Indonesia dan penyebaran berita bohong
6	Fenomena Post-Truth dalam Kampanye Politik di Media Sosial Twitter	Dyah Winahyu Rizki	Analisis penyebaran berita palsu di media sosial	Fokus pada platform Twitter dalam konteks kampanye politik
7	Penguatan Kewaspadaan Nasional terhadap Media Sosial di Era Post-Truth	Heriyanto	Analisis peran media sosial dalam propaganda informasi	Penekanan pada pentingnya kewaspadaan nasional dalam penggunaan media

				sosial
8	Meningkatkan Kredibilitas Media di Indonesia dalam Era Disrupsi Informasi Digital	Penulis tidak disebutkan	Analisis strategi peningkatan kredibilitas media	Penekanan pada jurnalisme verifikasi, kolaborasi dengan pemeriksa fakta, dan literasi media
9	Literasi Digital dan Etika Media Sosial di Era Post-Truth	Penulis tidak disebutkan	Analisis pentingnya literasi digital dan etika media sosial	Penekanan pada peran media baru dalam memfasilitasi produksi dan penyebaran informasi
10	Strategi Peningkatan Kualitas Berita Media Online	Penulis tidak disebutkan	Analisis strategi peningkatan kualitas berita di media online	Penekanan pada inovasi dan pemahaman perilaku konsumen dalam lingkungan digital

Sumber : Olahan Peneliti, 2025

2.12 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran pada penelitian ini menggambarkan hubungan antara strategi media, tantangan era post-truth, dan kepercayaan publik.

Diagram ini dapat dirancang sebagai berikut:

1. Tantangan Era *Post-Truth*: Penyebaran hoaks, bias konfirmasi, dan fragmentasi informasi.
2. Strategi Media: Pendekatan editorial, penggunaan teknologi, dan pemanfaatan media sosial.
3. Kepercayaan Publik: Kredibilitas konten, interaksi dengan audiens, dan reputasi media.

Diagram hubungan ini memberikan gambaran sistematis bagaimana media dapat meningkatkan kepercayaan publik di tengah tantangan era *post-truth*.

a. Identifikasi Masalah

Munculnya postingan di media sosial yang mengklaim adanya rekaman percakapan antara pejabat daerah, termasuk Kajari Batubara, yang berkomitmen memenangkan salah satu calon presiden. Postingan tersebut menyebar luas di *platform* seperti *Twitter* dan *TikTok*. Dugaan adanya *hoaks* yang dapat memicu keresahan publik, terutama di tengah situasi politik yang memanas.

b. Klarifikasi dan Tindakan

Kajati Sumut melalui Kasi Penkum memastikan bahwa informasi tersebut *hoaks*. Kajari Batubara, Amru Siregar, menyatakan tidak mengetahui rekaman yang dimaksud dan tidak pernah terlibat dalam pertemuan seperti yang disebutkan dalam postingan. Jaksa Agung menginstruksikan Kejati Sumut untuk melakukan klarifikasi melalui media dan melaporkan kasus ke Bawaslu serta pihak berwajib. Klarifikasi ini dilakukan untuk mencegah berkembangnya fitnah di tengah tahapan Pemilu 2024.

c. Prinsip Netralitas Kejaksaan

Instruksi Jaksa Agung (Insja) Nomor 6 Tahun 2023 mengamanatkan agar kejaksaan bersikap netral dalam Pemilu 2024. Kajati Sumut secara aktif mengingatkan jajaran Kejari dan Cabjari di Sumut untuk menjaga netralitas. Setiap pegawai kejaksaan wajib netral dan tidak boleh terlibat dalam politik praktis.

d. Upaya Pencegahan dan Penindakan

Jika ditemukan pegawai kejaksaan yang memihak pasangan calon tertentu, akan ditindak tegas. Kajari Batubara juga sudah menyampaikan klarifikasi ke Bawaslu Kabupaten Batubara. Sosialisasi netralitas kepada seluruh jajaran kejaksaan di Sumut terus dilakukan, termasuk dalam Rakerda 2023.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi yang digunakan oleh Media *Waspada.co.id* dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap berita politik di era *post-truth*. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk menggali secara komprehensif praktik, tantangan, serta dinamika internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi media dalam menghadapi disinformasi dan polarisasi politik. Era digital telah membawa perubahan besar dalam konsumsi informasi, memicu munculnya fenomena *post-truth*. Hal ini mempengaruhi kepercayaan publik dan demokrasi. *Post-truth* merujuk pada situasi di mana fakta tidak lagi menjadi dasar pembentukan opini publik, digantikan oleh emosi, kepercayaan, dan kepentingan pribadi (McIntyre, 2018).

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui sejauh mana berita yang ditampilkan di Waspada Online akurat dan dapat dipercaya, berkontribusi dalam mencegah penyebaran berita palsu, dan menanggapi isu-isu terkini yang sedang berkembang di media sosial.

Kemudian Untuk menemukan metode efektif yang digunakan Waspada Online dalam mencegah penyebaran berita palsu. Agar tidak mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Redaksi Waspada Online yang terletak di Medan, Sumatera Utara. Lokasi ini dipilih karena Waspada Online merupakan salah satu media daring terkemuka di wilayah tersebut yang memiliki pengaruh baik di tingkat lokal maupun nasional.

3.2.2 Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Uraian Kegiatan	2024		2025			
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Penyusunan Proposal						
2	Seminar Proposal						
3	Perbaikan Proposal						
4	Penelitian/Riset						
5	Seminar Hasil						
6	Revisi Skripsi						
7	Sidang Meja Hijau						

3.3 Sumber Data Penelitian

Subjek dalam penelitian ini terdiri dari berbagai pihak yang terlibat langsung dalam proses produksi dan distribusi berita di Waspada Online. Subjek utama adalah:

1. Tim Redaksi: Orang-orang yang terlibat dalam perencanaan dan pengelolaan isi berita.

2. Tim Editor: Individu yang bertanggung jawab dalam penyuntingan dan pemilihan berita yang layak untuk diterbitkan.
3. Wartawan: Pihak yang bertugas untuk mencari dan melaporkan berita dari lapangan.
4. Pembaca: Konsumen berita yang menjadi sasaran dari pemberitaan yang diterbitkan oleh Waspada Online.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa metode berikut:

1. Wawancara Mendalam: Wawancara dilakukan dengan tim redaksi, editor, dan wartawan untuk memperoleh informasi mengenai strategi yang diterapkan oleh Waspada Online dalam meningkatkan kepercayaan publik.
2. Observasi: Peneliti akan mengamati langsung proses kerja di redaksi Waspada Online untuk memahami bagaimana alur kerja dan pengelolaan berita dilakukan.
3. Studi Dokumentasi: Peneliti akan mengkaji dokumentasi berupa berita yang telah dipublikasikan, serta data pengunjung website Waspada Online sebagai sumber data pendukung.

3.6 Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahap:

- Reduksi Data

Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumen dikategorikan berdasarkan tema penelitian seperti strategi redaksi, pola komunikasi dengan audiens, dan mekanisme verifikasi fakta.

- Penyajian Data

Data disusun dalam bentuk narasi, tabel, atau matriks untuk melihat pola dan hubungan antarstrategi yang digunakan oleh Media *Waspada.co.id*.

- Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan ditarik berdasarkan pola-pola yang muncul dari data, serta dikonfirmasi melalui triangulasi dengan berbagai sumber data.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode:

- Triangulasi Sumber: Membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumen untuk memastikan konsistensi.
- Triangulasi Metode: Menggunakan berbagai teknik pengumpulan data untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dan komprehensif.

3.8 Instrumen Penelitian

- a. Pulpen
- b. Rekaman Hp
- c. Buku

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Media Waspada Online menerapkan sejumlah strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan publik. Pertama, Waspada Online menjaga konsistensi dalam penyajian berita yang berbasis pada fakta, dengan melakukan verifikasi yang ketat terhadap setiap informasi yang akan disebarkan. Media ini juga mengutamakan transparansi dalam proses pemberitaan, memberikan penjelasan yang jelas mengenai sumber informasi yang digunakan serta metode yang diterapkan dalam pengumpulan data. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir potensi disinformasi yang dapat mengganggu kepercayaan publik.

Selain itu, Waspada Online juga memperkuat interaksi dengan publik melalui platform media sosial, yang memungkinkan para pembaca untuk memberikan masukan dan kritik secara langsung. Hal ini menciptakan sebuah saluran komunikasi dua arah yang meningkatkan rasa keterlibatan masyarakat dalam proses pemberitaan. Penggunaan media sosial yang efektif juga memungkinkan Waspada Online untuk menyajikan berita dengan cepat dan akurat, menjaga agar informasi yang diberikan tetap relevan dengan kebutuhan audiens di era informasi yang sangat cepat ini.

Strategi lain yang diterapkan adalah penyajian konten yang beragam dan mendalam, dengan mengutamakan pemberitaan yang berbasis pada riset dan analisis mendalam. Waspada Online tidak hanya mengandalkan laporan kejadian semata, namun juga memberikan wawasan yang lebih luas mengenai isu-isu yang berkembang di masyarakat. Ini membantu pembaca untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan obyektif mengenai berbagai peristiwa, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap media ini.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, ada beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan strategi media Waspada Online dalam menghadapi era post-truth dan memperkuat kepercayaan publik. Pertama, Waspada Online perlu terus berinovasi dalam mengembangkan metode verifikasi informasi yang lebih canggih dan terintegrasi, mengingat bahwa tantangan disinformasi akan terus berkembang. Penggunaan teknologi baru, seperti kecerdasan buatan untuk mendeteksi berita palsu atau memverifikasi gambar dan video, dapat menjadi langkah yang tepat untuk mengatasi masalah ini.

Kedua, Waspada Online sebaiknya memperkuat kolaborasi dengan berbagai lembaga independen atau organisasi fact-checking untuk memastikan bahwa informasi yang disajikan selalu teruji dan bebas dari bias. Kerjasama semacam ini tidak hanya meningkatkan kualitas pemberitaan, tetapi juga membangun kredibilitas media di mata publik.

Ketiga, untuk menjaga kepercayaan publik dalam jangka panjang, Waspada Online harus terus mengedepankan etika jurnalistik yang tinggi dan menjaga independensinya dari pengaruh luar, baik dari kepentingan politik, ekonomi, maupun kelompok tertentu. Hal ini penting agar media tetap menjadi sumber informasi yang objektif dan dapat dipercaya oleh masyarakat.

Terakhir, meningkatkan literasi media di kalangan masyarakat juga merupakan langkah yang perlu dipertimbangkan. Dengan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang bagaimana cara memilih informasi yang valid, mereka akan lebih kritis dalam menyikapi berbagai pemberitaan dan dapat lebih mudah mengenali berita yang tidak berdasar atau manipulatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Covey, S. R. (2006). *The Speed of Trust: The One Thing That Changes Everything*. Free Press.
- Effendy, Onong Uchjana. (1999). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2018). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Flor, Alexander G., & Cangara, Hafied. (2018). *Komunikasi lingkungan: Penanganan kasus-kasus lingkungan melalui strategi komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity*. Free Press.
- Hartono, Rudi. (2008). *Penanganan dan Pengolahan Sampah*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Ilahi, Wahyu. (2013). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Irma Sari M. (2019). *Berkomunikasi*. Yogyakarta: KTSP.
- Istiyanto, Bakti. (2017). *Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Kadarisman, Ade. (2019). *Komunikasi Lingkungan*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. (2018). *Pedoman Pengelolaan Sampah Skala Rumah Tangga*. Jakarta: Januari.
- Keyes, R. (2004). *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. St. Martin's Press.
- Kristanto, Vigih Hery. (2018). *Metodologi Penelitian: Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah Kti*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kurniawati, Khaerani. (2018). *Sosialisasi Kepribadian*. Yogyakarta: Sentra Edukasi Media.
- Kusumadinata, Ali Alamsyah. (2018). *Pengantar komunikasi perubahan sosial*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lalongkoe, Maksimus Ramses, & Edison, Thomas Alfai. (2014). *Komunikasi terapeutik: Pendekatan praktis praktisi kesehatan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lazarsfeld, P. F., & Katz, E. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Komunikasi efektif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. *Public Opinion Quarterly*.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Oktarina, Yetty, & Abdullah, Yudi. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Romli, Khomsahrial. (2016). *Komunikasi massa*. Jakarta: Grasindo.

- Salim, & Syahrums. (2012). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: Citapustaka Media.
- Soetomo. (2008). Strategi-strategi pembangunan masyarakat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Yenrizal. (2017). Lestarkan bumi dengan komunikasi lingkungan. Yogyakarta: Deepublish.
- Yuniarto, Bambang. (2013). Membangun kesadaran warga negara dalam pelestarian lingkungan. Yogyakarta: Deepublish.

LAMPIRAN

DOKUMENTASI KEGIATAN



Wawancara peneliti (Kiri) dengan Pimpinan Redaksi Waspada : Austin Tumengkol, M.I.Kom di Kantor Waspada Medan tentang bagaimana meningkatkan strategi kepercayaan public di era *post-truth* (19 Desember 2024).



Wawancara peneliti dengan Pembaca Waspada Online : di Jl. A.R. Hakim, Nangka, Kec. Binjai utara



Dokumentasi Peneliti : Saat portal berita di akses oleh Pembaca Waspada Online di Jl. A.R. Hakim, Nangka, Kec. Binjai Utara

Lampiran

Tips Cerdas Agar Tidak Terjebak Berita Hoax

Di era digital yang semakin maju, berita hoax menjadi ancaman nyata bagi informasi yang kredibel. Berita palsu ini kerap disebarkan dengan tujuan tertentu, seringkali untuk menyesatkan atau menguntungkan pihak tertentu. Tak jarang, banyak dari kita kesulitan membedakan mana berita yang benar dan mana yang tidak.

Agar terhindar dari jebakan berita hoax, berikut adalah beberapa tips yang bisa diterapkan:

a. Pastikan Berita Berasal dari Sumber Terpercaya

Selalu periksa apakah berita tersebut diterbitkan oleh media yang kredibel.

Media resmi biasanya memiliki standar jurnalistik yang jelas.

b. Verifikasi Fakta

Jangan langsung percaya dengan informasi yang diterima. Cek ulang kebenaran data atau fakta yang disampaikan melalui berbagai sumber.

c. Perhatikan Waktu Publikasi Berita

Berita yang sudah lama bisa jadi tidak relevan dengan situasi terkini. Cek tanggal publikasinya untuk memastikan konteksnya sesuai.

d. Waspada Judul Sensasional

Judul yang terlalu bombastis atau provokatif sering kali dibuat untuk menarik perhatian. Baca isi berita secara menyeluruh sebelum mempercayainya.

e. Periksa Kredibilitas Penulis

Cari tahu siapa yang menulis berita tersebut. Penulis yang memiliki latar belakang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan cenderung lebih terpercaya.

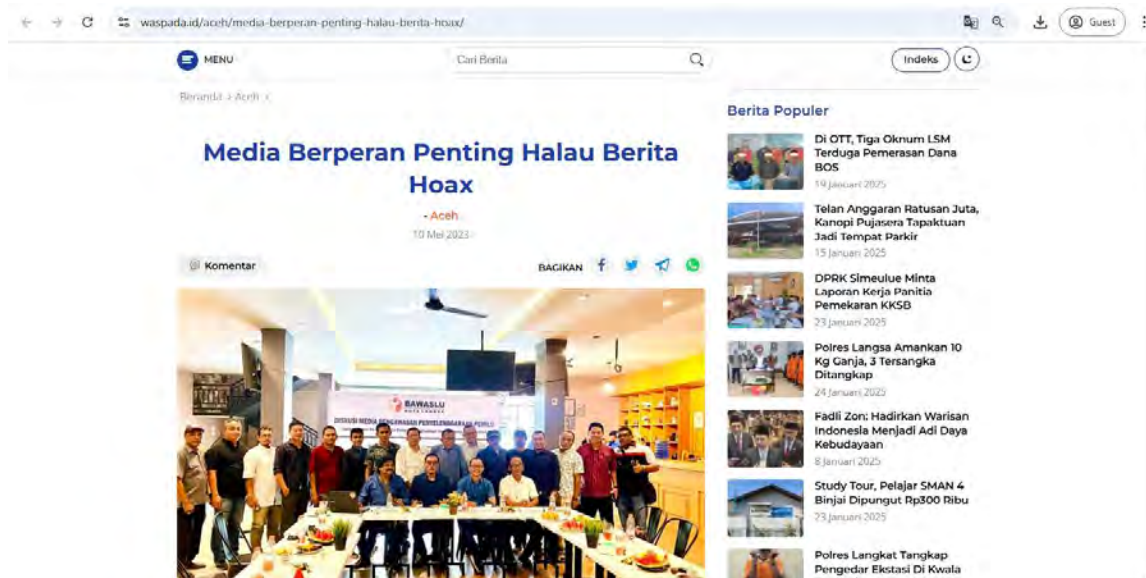
f. Konsultasikan dengan Ahli

Jika berita menyangkut isu-isu tertentu, seperti kesehatan atau teknologi, tanyakan pada orang yang ahli di bidangnya.

Dengan menerapkan enam tips di atas, kamu dapat menjadi netizen yang lebih cerdas dan tidak mudah termakan oleh berita bohong. Bijaklah dalam menyaring informasi agar tidak ikut menyebarkan hoax yang dapat merugikan orang lain.

LAMPIRAN BERITA 1

Media Berperan Penting Halau Berita Hoax



Kesimpulan berita ini adalah bahwa media memiliki peran penting dalam menghalau berita hoax, terutama menjelang Pemilu 2024. Ketua Panwaslih Kota Langsa, Mohammad Khoiri, menegaskan bahwa media dapat menyampaikan informasi yang akurat dan membantu mencegah penyebaran berita hoax. Oleh karena itu, semua pihak, terutama awak media, harus bekerja sama untuk memastikan keakuratan informasi dan mencegah penyebaran berita hoax.

LAMPIRAN BERITA 2

Postingan Medsos Kajari Batubara Komitmen Menangkan Capres Tertentu Dipastikan Hoax



Kesimpulan berita ini adalah bahwa postingan di media sosial yang menyatakan Kajari Batubara berkomitmen memenangkan calon presiden tertentu adalah hoax atau berita bohong. Kepala Kejaksaan Tinggi Sumatera Utara (Kajati Sumut) Idianto telah mengklarifikasi hal ini dan menyatakan bahwa postingan tersebut tidak benar. Jaksa Agung juga telah memerintahkan Kejati Sumut untuk melakukan klarifikasi dan melaporkan kasusnya ke Bawaslu setempat dan pihak yang berwajib.

LAMPIRAN BERITA 3

Pesan Ulama, Media Sebagai Edukasi Dalam Pemberitaan Mengawal Pesta Demokrasi



Kesimpulan berita ini adalah bahwa media memiliki peran penting dalam mengawal jalannya pesta demokrasi 2024, terutama dalam memberikan informasi yang akurat dan edukatif kepada masyarakat. Ketua Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Aceh Singkil, Ustad Roesman Hasmy, menekankan bahwa media harus berperan sebagai kontrol sosial dan menghindari penyebaran berita hoax. Selain itu, Kapolres Aceh Singkil, AKBP Suprihatiyanto, juga menyoroti pentingnya kerja sama antara pemerintah, kepolisian, dan pers dalam mengawal jalannya pesta demokrasi.

LAMPIRAN BERITA 4

Pemilu Damai Tanpa Berita Hoax: Mempertahankan Integritas Demokrasi



Kesimpulan tentang pentingnya pemilu damai tanpa berita hoax untuk menjaga integritas demokrasi sangat tepat. Presiden Prabowo sendiri telah mengajak generasi muda untuk mewujudkan Pilkada damai tanpa hoax ¹. Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) juga telah meluncurkan kampanye nasional dengan tema "Pilkada Damai Tanpa Hoax" untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang dampak negatif dari berita palsu². Oleh karena itu, kerja sama antara semua pihak sangat diperlukan untuk memantau dan mencegah penyebaran berita hoax, serta menjaga integritas demokrasi.

LAMPIRAN BERITA 5

Beredar Nama Samulya Surya Indra jadi Wakil Prof Ridha: Jangan Sebar Berita Hoax!



Kesimpulan berita ini adalah bahwa Prof. Ridha Dharmajaya membantah kabar yang beredar di media sosial bahwa Samulya Surya Indra akan menjadi wakilnya dalam Pilkada Medan 2024. Prof. Ridha menyatakan bahwa pihaknya masih dalam proses mencari calon wakilnya dan belum mengumumkan nama wakilnya secara resmi. Ia juga meminta masyarakat tidak menyebarkan berita hoax dan memastikan keakuratan informasi sebelum menyebarkannya.



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/26

Access From (repositori.uma.ac.id)10/3/26