

**LITERASI MEDIA ANGGOTA KELOMPOK TULI
YOGYAKARTA**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Literasi Media Anggota Kelompok
ADECO pada Berita COVID-19 di Media *Online*)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

INTAN MURNI

160906032/ Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

Literasi Media Anggota Kelompok Tuli Yogyakarta

(Studi Deskriptif Kualitatif Literasi Media Anggota Kelompok ADECO pada Berita COVID-19 di Media *Online*)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

INTAN MURNI

No Mhs. 160906032/Kom

Disetujui oleh:



Desideria CW Murti, S.Sos., M.A., PhD

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Literasi Media Anggota Kelompok Tuli Yogyakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Literasi Media Anggota Kelompok ADECO pada Berita COVID-19 di Media *Online*)

Penyusun : Intan Murni

NPM : 160906032

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 19 Desember 2020

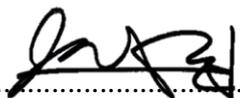
Pukul : 12.00

Tempat : Via Zoom Meeting

TIM PENGUJI

Penguji Utama

Joseph J. Darmawan, M.A



Joseph J. Darmawan
2021-01-15 14:02:07:00

Penguji I

Desideria CW Murti, S.Sos, M.A., PhD



Penguji II

Tietha Birgitta Bestari Puspita Jati, M.A



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intan Murni

NPM : 160906032

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Literasi Media Kelompok Tuli Yogyakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Literasi Media Kelompok ADECO pada Berita COVID-19 di Media Online)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta,
Yogyakarta, Tanggal Bulan Tahun

Saya yang menyatakan
, 29 November 2020



Intan Murni

INTAN MURNI
160906032/KOM

LITERASI MEDIA ANGGOTA KELOMPOK TULI YOGYAKARTA

(Studi Deskriptif Kualitatif Literasi Media Anggota Kelompok ADECO pada Berita COVID-19 di Media *Online*)

ABSTRAK

Di tengah maraknya wabah Virus Corona atau COVID-19 di Indonesia pada 2020, Kemenkominfo mendata sebanyak 187 konten hoaks terkait Corona beredar terhitung sampai 10 Maret 2020. Hal ini dapat menjadi masalah bagi Kelompok Tuli, sebagai salah satu kelompok yang rentan terpapar hoaks karena adanya keterbatasan akses informasi. Adapun penelitian mengenai akses media bagi kelompok disabilitas masih sedikit dilakukan. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan tentang literasi media anggota kelompok ADECO Yogyakarta pada berita COVID-19 di media *online*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan metode observasi dan wawancara sebagai cara pengambilan data. Total sebanyak 4 informan diwawancarai sebagai representasi kelompok ADECO Yogyakarta. Wawancara dilakukan sebanyak dua kali dengan menggunakan protokol kesehatan, dengan tujuan mendapatkan kedalaman dan variasi data, dimana informan mencoba menganalisis 2 berita dalam setiap wawancara.

Literasi media terbagi menjadi 4 kategori, yaitu: Akses, analisis, evaluasi, dan kreasi konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Akses, keempat

informan dapat mengakses media online secara mandiri sesuai kebutuhannya namun hanya 2 informan yang memiliki fleksibilitas tinggi untuk mencari informasi di media *online*; 2) Analisa, keempat informan belum memiliki kemampuan dan pengetahuan seputar verifikasi data, namun dapat membedakan media ataupun berita yang kredibel dengan berpegang pada pemahaman pribadi ataupun orang terdekat; 3) Evaluasi, keempat informan memberikan penilaian dengan menitik beratkan pada keakuratan berita, sementara faktor kredibilitas media tidak menjadi hambatan bagi tiga informan untuk menggunakan suatu media; 4) Keempat informan belum mencapai tahap kreasi konten media seputar COVID-19.

Kata Kunci: Literasi Media, Media *Online*, Berita, Kredibilitas.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penelitian ini dipersembahkan sebagai bentuk

Melayani dalam Cahaya Kebenaran
*(**Serviens in lumine veritatis**)*

Kepada:

Teman-Teman Tuli,
yang tanpa mereka tidak akan ada pembelajaran bahasa isyarat maupun oral, serta
mengajak universitas untuk semakin inklusif

Keluarga ADECO Yogyakarta,
yang selalu menyambut dengan hangat dan bersedia memberikan informasi yang
saya butuhkan untuk penelitian

Teman-Teman Disabilitas Lainnya,
khususnya bagi mereka yang telah bersuara memperjuangkan hak-hak untuk
mendapatkan kesetaraan dalam hal apapun

Teman-Teman Pemilik ataupun Pekerja Media,
yang dengan semangat menyuarakan informasi yang benar dan berpegang pada
prinsip idealis jurnalistik

Diriku di Masa Depan,
Sebagai pengingat untuk terus melayani dalam semangat sampai usia berapapun
dan memperjuangkan hak bagi mereka yang terpingkas.

***“Skripsi bukanlah momok,
melainkan investasi cara berpikir”***

-Intan Murni -

KATA PENGANTAR

Salam sejahtera bagi pembaca,

Syukur dan terima kasih saya panjatkan bagi bantuan Allah Bapa di Surga, melalui pengantaraan Yesus Kristus, atas terselesaikannya penelitian ini. Sedari awal saya tidak menyebut ini sebagai skripsi, melainkan penelitian yang ditujukan untuk dapat digunakan ke depannya bagi siapapun. Jatuh-bangun selama proses dan semangat yang harus selalu ditumbuhkan membuat saya yakin bahwa Teman-teman Disabilitas, terkhusus bagi Teman Tuli yang menjadi pusat penelitian ini, kelak mendapatkan kesetaraan yang mereka dambakan.

Penelitian ini tidak akan dapat berjalan lancar tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih saya panjatkan kepada:

1. Desideria CW Murti, S.Sos, M.A., PhD, selaku dosen pembimbingku yang selalu cekatan mengarahkan dan membimbingku hingga selesai
2. Kelompok ADECO Yogyakarta, yang selalu memberikan bantuan dan informasi dalam proses penelitian, serta mas Randi selaku JBI
3. Bu Lewi, Bu Vivi, dan Pak Beny, selaku dosen Ilmu Komunikasi yang memberikan pencerahan dan masukan yang positif
4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang tidak henti-henti memberikan wawasan melalui pengajaran
5. Youtube, Spotify dan Among Us, yang setia menemani lebih dari siapapun dan selalu siap kapanpun dibutuhkan
6. Teman-temanku yang membantu secara langsung selama proses penelitian ini dilakukan, secara khusus bagi Eduardus, Radit, Abigail, Eyleen, Aga, Yehu, Selma, Septi, Yoyon dan Lulu.
7. Keluarga, yang selalu memberikan dukungan dalam doa.

Serta pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu dan telah membantu proses penelitian hingga akhir. Tanpa kalian semua, penelitian ini tidak akan terlaksana dengan baik. Semoga kelak Tuhan membalas apapun yang kalian tabur selama menjalani hari-hari kalian.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Abstrak.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Bagan.....	x
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Teori.....	7
1. Komunikasi Massa: <i>Uses and Gratification</i>	7
2. Literasi Media	11
3. Perkembangan Media Baru dan Kredibilitas Media	19
4. Berita	24
5. Penyandang Disabilitas.....	33
F. Kerangka Konsep	36
1. Peredaran Informasi Covid-19	36
2. Literasi Media Kelompok Tuli.....	37
G. Metodologi Penelitian	41
1. Jenis Penelitian.....	41
2. Pendekatan Penelitian.....	43
3. Subjek dan Objek Penelitian.....	44
4. Pengumpulan Data	46
5. Sumber Data.....	50
6. Metode Analisis Data	51

7. Metode Keabsahan Data.....	54
-------------------------------	----

BAB II DESKRIPSI SUBYEK PENELITIAN

A. Sejarah dan Latar Belakang Kelompok ADECO	56
B. Perkembangan Kelompok ADECO Yogyakarta	56
C. Deskripsi Informan	60

BAB III PEMBAHASAN

A. Temuan Data	63
1. Literasi media pada informan 1.....	65
2. Literasi media pada informan 2.....	79
3. Literasi media pada informan 3.....	92
4. Literasi media pada informan 4.....	106
5. Triangulasi pada informan 5	117
B. Analisis Data	
1. Akses media para informan	118
2. Analisis berita para informan.....	131
3. Evaluasi berita para informan	191
4. Kreasi konten para informan.....	196

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	191
B. Kelemahan Penelitian	194
C. Saran.....	194

DAFTAR PUSTAKA.....	196
----------------------------	------------

LAMPIRAN	200
-----------------------	------------

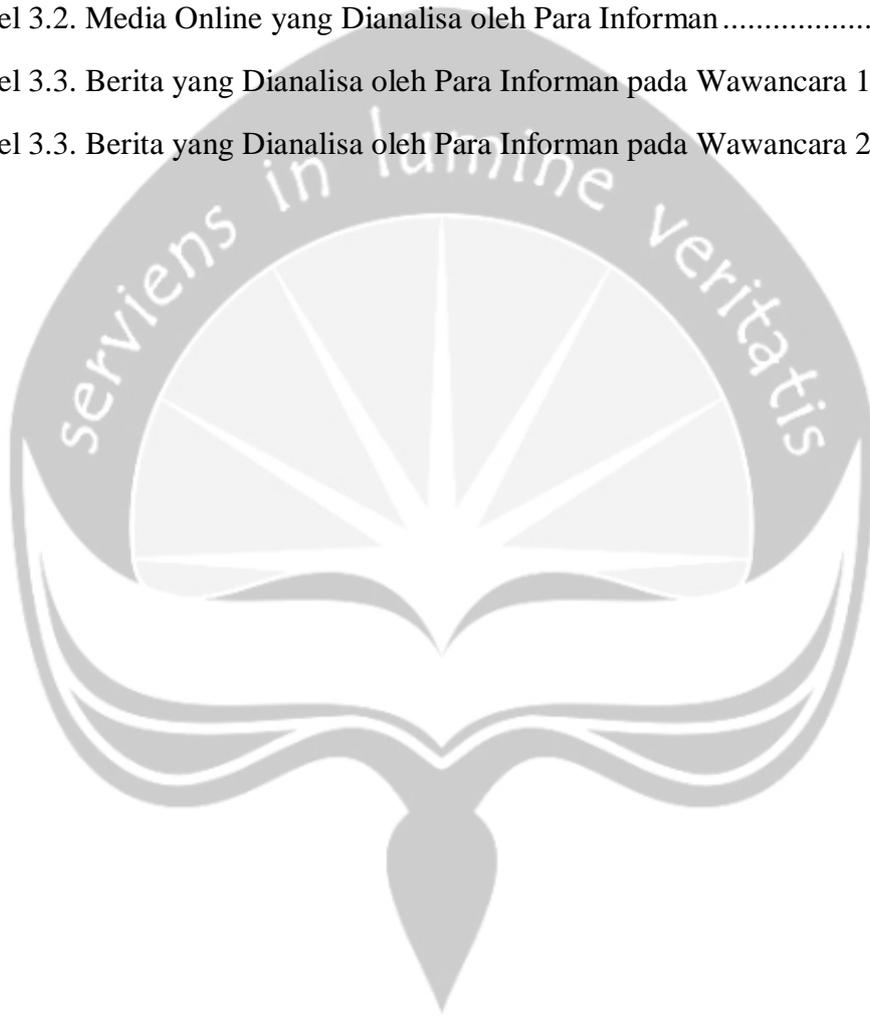
DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Literasi Media Pada Kelompok Tuli	39
--	----



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Kebutuhan Khalayak Terhadap Media	10
Tabel 1.2. Faktor Kredibilitas Berita	32
Tabel 3.1. Tujuan dan Tipe Kebutuhan Informan	128
Tabel 3.2. Media Online yang Dianalisa oleh Para Informan	135
Tabel 3.3. Berita yang Dianalisa oleh Para Informan pada Wawancara 1	159
Tabel 3.3. Berita yang Dianalisa oleh Para Informan pada Wawancara 2	160



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Dinamika Kelompok ADECO saat Menyikapi Hoaks	124
Gambar 3.2. Redaksi Media Tempo.co	137
Gambar 3.3. Data Identitas Media Tempo.co	137
Gambar 3.4. Redaksi Media Beritaviral (Tidak Dapat Dibuka).....	138
Gambar 3.5. Data Identitas Media Beritaviral	138
Gambar 3.6. Redaksi Media Suara.com.....	140
Gambar 3.7. Data Identitas Media Suara.com	141
Gambar 3.8. Redaksi Media Detik.com.....	142
Gambar 3.9. Data Identitas Media Detik.com.....	142
Gambar 3.10. Redaksi Media Portal Jember	144
Gambar 3.11. Data Identitas Media Portal Jember.....	144
Gambar 3.12. Redaksi Media Tribunnetizen (Tidak Ditemukan).....	146
Gambar 3.13. Data Identitas Media Tribunnetizen	146

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Wawancara.....	201
Lampiran 2 Berita 1	202
Lampiran 3 Berita 2	204
Lampiran 4 Berita 3	217
Lampiran 5 Berita 4	210
Lampiran 6 Berita 5	212
Lampiran 7 Berita 6	214
Lampiran 8 Berita 7	217
Lampiran 9 Sample Transkrip Wawancara	219



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di tengah wabah Virus Corona atau COVID-19 di Indonesia pada 2020, Kemenkominfo mendata maraknya jumlah hoaks yang beredar di masyarakat. Terhitung hingga 10 Maret 2020, sebanyak 187 konten hoaks terkait Corona beredar (Antara, 2020). Ketua Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) menyatakan bahwa setidaknya 100 konten hoaks terkait Corona beredar di bulan Februari hingga Maret 2020 di wilayah Indonesia, sementara sebanyak 500 konten hoaks terkait Corona beredar di Singapura, Turki, India, dan Iran (Nugraheny, 2020). Keberadaan pandemi COVID-19 memicu hoaks bermunculan di masyarakat.

Menghadapi hoaks di tengah pandemi dapat dilakukan masyarakat dengan cara melakukan verifikasi informasi. Dikutip dari Berita Etika, Ketua Dewan Pers Indonesia, Yosep Adi Prasetyo (2017) mengatakan bahwa informasi yang beredar haruslah dibaca dengan teliti dan diklarifikasi kebenarannya, lalu diverifikasi dengan membandingkan informasi dari sumber berita yang berbeda. Ia juga membeberkan bahwa hoaks yang beredar cenderung berasal dari pemberitaan yang tidak atau sulit terverifikasi, tidak berimbang, serta menyudutkan pihak tertentu.

Verifikasi informasi perlu dilakukan dengan mempertimbangkan pula sumber medianya. Prasetyo menuturkan bahwa, media-media tidak resmi bermunculan dan menyebarkan berita yang tidak valid (2017). Dikutip dari situs Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemenkominfo), tercatat dari 43 ribu media *online*, hanya 100 media yang terverifikasi Dewan Pers di tahun 2018 (Anni005, 2018). Angka ini meningkat di tahun 2020 dengan jumlah 211 media siber yang terverifikasi. Adapun jumlah yang lebih sedikit dibandingkan total media yang membanjiri dunia maya, menjadi tantangan bagi publik untuk tidak hanya pintar menyaring informasi, melainkan juga memilah media yang kredibel.

Tantangan lebih besar dihadapi oleh kelompok Tuli oleh karena terbatasnya akses informasi selama pandemi. Nara hubung komunitas Tuli *Hard of hearing* (HOH), Bagja Prawira, mengungkapkan bahwa akses informasi dari pemerintah belum sepenuhnya dapat diakses oleh kelompok Tuli (Nilawaty, 2020). Sebabnya, konferensi pers yang diadakan di awal Maret 2020 terkait Penanganan COVID-19, pada awalnya belum menyediakan bahasa isyarat. Bahasa isyarat baru dilangsungkan mulai 17 Maret 2020. Prawira juga mengungkapkan bahwa kelompok Tuli memiliki kemampuan literasi yang berbeda dalam menangkap informasi, sehingga dibutuhkan akses informasi yang memadai. Dilansir dari Solider.id, Andi Kasri Unru, mahasiswa Tuli di Jakarta, mengungkapkan bahwa kemampuan literasi teman Tuli juga beragam, terutama dalam memahami isi media (Rahmi, 2020). Ia mengatakan bahwa tidak semua teman Tuli dapat memahami isi portal berita daring yang menggunakan bahasa

“tinggi”. Tantangan bagi kelompok Tuli tidak hanya mengenai akses informasi, melainkan juga kemampuan literasi.

Literasi media dibutuhkan oleh kelompok Tuli untuk menghadapi terpaan hoaks selama pandemi. Literasi media merupakan kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkreasikan konten (Livingstone dalam Fitriyarini, 2016, h. 58). Dikutip dari Jabar Ekspres, Ketua Yayasan Mata Hati Indonesia, Ipan (2019) mengatakan bahwa literasi penting bagi penyandang disabilitas demi terciptanya kesetaraan informasi dan meningkatkan kualitas. Berdasarkan masalah yang dialami kelompok Tuli, peneliti melihat perlunya dukungan dua arah dalam membahas perihal literasi media.

Literasi media perlu didukung oleh faktor internal maupun eksternal individu. Faktor internal, yaitu kompetensi yang dimiliki kelompok Tuli dalam memahami media. Sementara faktor eksternal, yaitu dukungan dari pihak luar, yang menyediakan informasi bagi kelompok Tuli. Tersedianya fasilitas tidak menjadi jaminan bahwa kemudahan akses informasi kelompok tunarungu sudah terpenuhi. Peneliti menemukan masalah terkait kedua faktor tersebut saat melakukan observasi awal dengan kelompok Tuli di Yogyakarta.

Observasi awal dilakukan pada tiga penyandang Tuli yang tergabung dalam Kelompok Alumni Dena Upakara dan Don Bosco (ADECO), Dita, Trini dan Nuning (14/7/2020). Ketiga informan menggunakan media yang sama untuk mengikuti informasi terkait COVID-19, yaitu melalui koran dan Whatsapp. Mereka mengatakan kerap berbagi informasi terkait COVID-19 melalui grup

Whatsapp (WA). Oleh karena itu, penelitian ini berupaya memahami lebih lanjut mengenai dinamika para anggota Kelompok ADECO saat memproses informasi yang beredar di WA, oleh karena WA merupakan salah satu media yang berbahaya dalam penyebaran informasi bohong terkait COVID-19. WA dianggap berbahaya oleh Kemenominfo dikarenakan sistemnya yang tertutup dan sulit dilacak (Aranditio, 2020).

Adapun masalah yang dihadapi dari faktor eksternal adalah beberapa media tidak menyediakan terjemahan dalam bahasa isyarat maupun teks tertulis sehingga menyulitkan mereka untuk memahami pesan media yang berbasis audio visual. Hal ini membuat ketiga informan lebih sering mengakses media berbasis tulisan untuk mempermudah akses informasi. Sementara dari faktor internal, masalah yang muncul berasal dari diri informan, seperti kurang aktifnya mencari informasi dan melihat berita hanya sepotong - sepotong (tidak mengikuti informasinya secara lengkap). Faktor internal menjadi komponen penting dalam memahami informasi, oleh karena dari dalam individu tersebutlah kompetensi berliterasi bisa diasah.

Penelitian sebelumnya yang menjadi acuan, berjudul “Literasi Media terhadap Berita Pada Media Sosial Line Today” (Studi Pada Kalangan Mahasiswa *Heavy User* di Universitas Lampung) (Permata, 2018). Metode yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menjadi referensi dalam melihat kredibilitas berita dan konsep literasi media yang digunakan. Adapun yang menjadi perbedaan adalah penelitian ini berfokus menganalisis kemampuan akses media dan literasi berita pada mahasiswa *heavy user* dalam

menggunakan media sosial Line Today, dan sedikit membahas tentang kredibilitas media.

Penelitian lainnya yang menjadi acuan yaitu berjudul “Literasi Media Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman” (Fitryarini, 2016). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yang melihat bagaimana literasi media kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi. Perbedaan penelitian ini adalah fokus penelitian yang menganalisis kemampuan literasi media pada mahasiswa Ilmu Komunikasi, yang mengacu pada kemampuan analisis terhadap pesan media di program televisi. Penelitian ini menjadi referensi dalam memahami kerangka teori dan pembahasan mengenai literasi media.

Penelitian lain yang berjudul “Fenomenologi literasi media pada remaja di Kota Pekanbaru” menjadi acuan dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan studi fenomenologi yang melihat tingkatan literasi media yang mayoritas masih berada di tingkat awal (*basic*) (Fatmawati & Handayani, 2019). Adapun perbedaan dengan penelitian ini, yaitu peneliti tidak menilai tingkatan literasi media para informan, melainkan menjelaskan secara detil perilaku informan (sebagai pengguna media) menurut 4 tahapan literasi media.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana literasi media anggota Kelompok ADECO Yogyakarta pada berita COVID-19 di media *online*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu mendeskripsikan tentang literasi media anggota Kelompok ADECO Yogyakarta pada berita COVID-19 di media *online*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Manfaat penelitian ini secara akademis yaitu diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, secara khusus di bidang kajian media yang terkait literasi media. Penelitian ini juga diharapkan mampu meningkatkan kesadaran pemerintah dan akademisi untuk memahami perlunya mengembangkan dan menyebarkan budaya literasi media di seluruh lapisan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Secara praktiknya, penelitian ini diharapkan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk memahami pentingnya literasi media dan perlunya menyebarkan budaya literasi media bagi kelompok yang membutuhkan. Hal ini berguna demi terciptanya pemerataan akses informasi dan menghindari paparan hoaks di media. Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan perhatian pemerintah dan pihak-pihak lain untuk dapat selalu menyediakan fasilitas yang memudahkan akses informasi bagi penyandang disabilitas. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi saran maupun masukan bagi para pengelola ADECO yang memiliki semangat dalam pendidikan Tuli.

E. Kerangka Teori

Penelitian ini menjelaskan literasi media kelompok Tuli pada berita COVID-19 di media *online*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Kegunaan dan Gratifikasi, literasi media, perkembangan media baru, berita, dan penyandang disabilitas. Dengan menggunakan teori tersebut, penelitian ini membahas bagaimana literasi media (yang terdiri dari akses, analisis, evaluasi, dan kreasi konten) kelompok Tuli sebagai bagian dari penyandang disabilitas. Berdasarkan empat kompetensi literasi media yang akan dijelaskan dalam penelitian ini, Teori Kegunaan dan Gratifikasi dipakai untuk melihat preferensi anggota kelompok Tuli terhadap pilihan berita dan media *online*. Pada tahap analisis, penelitian ini melihat bagaimana anggota kelompok menganalisa suatu berita dan media dari segi kredibilitas, yang kemudian diberikan penilaian di kompetensi evaluasi. Terakhir, penelitian ini juga membahas kompetensi kelompok Tuli juga dalam tahap kreasi konten, yang merupakan tahapan puncak dalam literasi media.

1. Komunikasi Massa: *Uses and Gratification*

Teori Kegunaan dan Gratifikasi (*Uses and Gratification Theory*) menyatakan bahwa individu mencari media tertentu yang bermuatan tertentu untuk menghasilkan kepuasan tertentu. Individu dinilai aktif, dikarenakan mampu membuat pilihan dengan mempelajari dan mengevaluasi berbagai media (Turner dan West, 2010, h. 393). Lahirnya teori ini berasal dari riset para peneliti untuk mengkritik Teori Khalayak Massa (*Mass Society Theory*) yang menilai khalayak

sebagai individu yang tidak cukup pintar dan kuat untuk melindungi dirinya dari efek media yang tidak diinginkan. Dalam teori ini, khalayak dilihat sebagai pengguna aktif dikarenakan mampu memeriksa dan mengevaluasi berbagai media untuk mencapai tujuan komunikasi.

Katz, Blumler, Gurevitch sebagai peneliti dalam teori ini menuliskan beberapa asumsi Teori Kegunaan dan Gratifikasi, yaitu (dalam Turner & West, 2010, h. 397):

- a) Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan yang cukup jelas. Tiap individu mempunyai tingkat aktivitas yang berbeda dalam penggunaan media dan tetap berusaha menyelesaikan tujuannya melalui media.
- b) Menghubungkan kepuasan akan kebutuhan pada pilihan terhadap media yang berada di tangan khalayak. Individu adalah agen yang aktif sehingga ia dapat mengambil tindakan inisiatif mengenai media mana yang mau ia pilih untuk memenuhi kepuasan kebutuhannya.
- c) Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan. Hal ini berarti bahwa media dan khalayak dipengaruhi oleh masyarakat.
- d) Khalayak akan mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media, minat dan motif mereka sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut dan sekaligus menyatakan kembali keyakinan akan khalayak yang aktif.

- e) Individu yang memutuskan untuk menggunakan isi media untuk tujuan akhirnya, nilai muatan media hanya dapat dinilai oleh khalayak itu sendiri.

Berdasarkan asumsi pertama, khalayak memiliki tujuan tertentu sebagai pengguna aktif media. McQuail (2010) menuliskan beberapa klasifikasi berdasarkan tujuan khalayak dalam menggunakan media, antara lain:

- a) Pengalihan (*diversion*): Kategori yang melibatkan pelarian diri dari rutinitas dan permasalahan.
- b) Hubungan personal (*personal relationship*): Kategori yang melibatkan media sebagai ganti teman dan utilitas (kegunaan) sosial.
- c) Identitas personal (*personal identity*): Kategori yang melibatkan cara-cara untuk menekankan nilai-nilai individu, mengeksplorasi realitas, dan penguatan nilai (*value reinforcement*).
- d) Pengawasan (*surveillance*): kategori yang melibatkan pengumpulan informasi yang dibutuhkan.

Khalayak juga menggunakan media dikarenakan untuk memuaskan kebutuhan mereka terhadap suatu hal. Adapun kebutuhan yang dipuaskan oleh media, yaitu:

Tabel 1.1. Kebutuhan Khalayak Terhadap Media

TIPE KEBUTUHAN	DESKRIPSI	CONTOH MEDIA
Kognitif	Memperoleh informasi, pengetahuan, pemahaman	Televisi (berita), video, film
Afektif	Pengalaman emosional, menyenangkan, atau estetis	Film, televisi
Integrasi personal	Meningkatkan kredibilitas, percaya diri, status	Video
Integrasi sosial	Meningkatkan hubungan dengan keluarga, teman, dll	Internet (<i>email, chat room</i>)
Pelepas ketegangan	Pelarian dan pengalihan	Televisi, film, radio, internet

(Sumber: Diadaptasi dari Turner & West, 2010, h. 398)

Istilah aktivitas khalayak merujuk pada orientasi sukarela dan selektif oleh khalayak terhadap proses komunikasi. Adapun salah satu jenis aktivitas khalayak yang dapat dilakukan konsumen media menurut Jay G. Blumler (dalam Turner & West, 2010, h. 400) adalah selektivitas. Selektivitas merupakan yaitu istilah bagi individu yang menggunakan media untuk menunjukkan minat mereka.

Berdasarkan tingkatan aktivitas khalayak, terdapat beberapa istilah perlu ditekankan perbedaannya. Teori ini membahas mengenai dua istilah yang mirip, yaitu aktivitas dan keaktifan. Aktivitas (*activity*), merujuk pada apa yang dilakukan konsumen di media. Sementara keaktifan (*activeness*), merujuk pada seberapa besar minat dan kebebasan yang dimiliki khalayak dalam berperilaku di media (Turner & West, 2010, h. 401). Peneliti menjelaskan bahwa keaktifan merupakan hal yang relatif dan berbeda tiap individunya. Ketika khalayak aktif, khalayak menentukan sendiri kegunaan yang ada pada media massa dan kepuasannya sendiri. Ketika khalayak pasif, penggunaan media tidak melalui

proses seleksi atau berorientasi pada tujuan tertentu. Sebagai contoh, ketika khalayak menyalakan televisi untuk mendengar suaranya, tanpa merujuk atau memperhatikan kontennya.

Teori Kegunaan dan Gratifikasi digunakan untuk menjelaskan preferensi subjek ketika menggunakan media *online*, baik dari segi fungsi maupun motivasi subjek. Aktivitas individu sebagai pengguna aktif media, dapat dilihat berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dan kebutuhan yang ingin dipuaskan. Teori ini membantu untuk melihat bagaimana individu mengakses media tertentu, yang merupakan kompetensi dalam literasi media.

2. Literasi Media

Pemahaman mengenai literasi telah mengalami pergeseran seiring berjalannya waktu. Secara tradisional, kata “literasi” diartikan sebagai kemampuan membaca dan menulis, berbicara dan mendengarkan (Hobbs, 2010, h.16). Pengertian tersebut merupakan unsur fundamental dalam literasi. Kendati demikian, perkembangan teknologi membuat masyarakat menggunakan berbagai cara komunikasi yang berbeda. Era ini, seperti yang disebutkan Hobbs, konsep literasi mulai diartikan sebagai kemampuan untuk berbagi makna melalui sistem simbol untuk berpartisipasi penuh dalam masyarakat. Konsep literasi dikaitkan pula oleh konsep lain, seperti literasi-media literasi-digital, literasi-media internet, dsb. Adapun fokus yang digunakan dalam penelitian ini yaitu literasi media.

Adapun literasi media diartikan oleh Livingstone (2004) dalam jurnalnya *What is Media Literacy?*, sebagai “kemampuan mengakses, menganalisis,

mengevaluasi, dan menciptakan pesan, diantara berbagai variasi konteks.” Sementara James Potter (2019) dalam bukunya yang berjudul *Media Literacy*, mengartikan literasi media sebagai seperangkat perspektif yang digunakan secara aktif untuk mengekspos diri kita kepada media dan menafsirkan makna dari pesan yang kita temui.

Apabila menarik garis kesamaan dari perbedaan definisi yang muncul, terdapat poin yang menjadi penekanan dalam literasi media. Literasi media membutuhkan adanya proses kognisi menafsirkan makna atau pesan media secara kritis. Pengguna media dituntut untuk secara sadar memiliki kemampuan dalam mengakses media, memproses informasi dan mengevaluasi pesan media, hingga pada tahap pengguna mengkreasikan konten. Mempelajari literasi media dapat meningkatkan kemampuan untuk mengendalikan beragam pesan yang ditemui dengan paparan media setiap hari. Art Silverblatt (2014, h. 4), menyebutkan adanya tujuh elemen dalam literasi media yang berpengaruh terhadap kemampuan individu, antara lain:

- a) Kemampuan berpikir kritis individu dapat ditingkatkan melalui literasi media. Kal ini dikarenakan individu dapat secara mandiri memilih program media tertentu dan mengintepretasikan informasi yang didapat.
- b) Literasi media membantu individu memahami proses komunikasi massa. Sebuah media, sebagai perantara (*channel*), hanya merupakan medium, tidak bersifat jahat maupun baik. Literasi media memungkinkan individu memahami faktor lain yang terkait dengan media tersebut, seperti

komunikator (yang memproduksi pesan media), tujuan dibaliknya, media pembanding, dan khalayak yang ditujukan.

- c) Literasi media membantu membentuk kesadaran akan pengaruh media terhadap individu dan masyarakat. Pandangan individu terhadap dunia dan orang lain dibentuk oleh media. Presentasi media menyampaikan kumpulan pesan yang membentuk, merefleksikan, dan memperkuat suatu sikap maupun perilaku.
- d) Literasi media menyediakan perkembangan strategi yang digunakan untuk menganalisa dan mendiskusikan pesan media.
- e) Literasi media membentuk kesadaran terhadap konten media sebagai sebuah “teks” yang menyediakan wawasan bagi diri sendiri dan budaya masa kini.
- f) Literasi media memungkinkan individu untuk menumbuhkan kenikmatan, pemahaman, dan penghargaan sebuah konten media.
- g) Dalam perspektif komunikator media: Literasi media juga merujuk kemampuan untuk memproduksi pesan media yang efektif dan bertanggungjawab

Sementara itu, elemen - elemen dalam literasi media dapat dikategorikan menjadi tiga bagian. James Potter menganalogikan kategori literasi media sebagai “*building blocks*” atau blok bangunan (2019 h.53). Kombinasi ketiga blok ini dibutuhkan untuk membangun perspektif yang lebih luas dalam memahami media. Blok-blok yang dimaksud yaitu:

a) **Skill (Kemampuan)**. Beberapa peneliti melihat literasi media sebagai sebuah kemampuan, dimana hal itu mengacu pada cara berpikir kritis (*critical thinking*). Istilah ini dapat diartikan berbeda oleh setiap orang dan terukur secara relatif. Oleh karena itu, penulis memecah kemampuan ini menjadi dua bagian, yaitu:

a) *Technical skill*. Kemampuan teknis mengacu pada bagaimana seseorang dapat menggunakan media. Baik dalam mengakses, mencari informasi, dan membuat pesan media. Kemampuan teknis adalah kompetensi awal yang dibutuhkan seseorang untuk memahami media. Apabila seseorang sudah mampu menggunakan suatu aplikasi media, barulah kompetensi berikutnya bisa dilihat.

b) *Critical thinking*. Kemampuan berpikir kritis mengacu pada bagaimana seseorang memahami teks media. Sebagai sebuah kompetensi dan landasan dalam literasi media, kemampuan ini dapat dilihat dari proses menganalisa dan mengevaluasi suatu media, baik dari segi kredibilitas, narasumber yang digunakan, sudut pandang yang diambil dalam konten media, dan konteks.

b) **Knowledge Structure (Struktur Pengetahuan)**. Hal ini diartikan sebagai set informasi yang terorganisir dalam memori. Struktur pengetahuan dapat dilihat dari bagaimana seseorang mengkategorikan berbagai informasi, seperti dalam aspek 5W +1H (*Who* (siapa), *What* (apa), *Where* (dimana),

When (kapan), *Why* (mengapa), *How* (bagaimana)). Beragam informasi beredar di media dan masyarakat setiap harinya, yang memungkinkan khalayak bingung akan informasi yang benar dan salah (Potter, 2019, h. 59). Informasi dapat dikategorikan sebagai:

a) *Pesan (message)*. Yaitu instrumen yang mentransmisikan informasi kepada penerima. Pesan dapat ditransmisikan melalui berbagai cara, seperti suara, gambar, tulisan, dsb. Informasi merupakan konten dari pesan tersebut. Sebuah pesan terdiri dari dua jenis informasi: yaitu fakta dan opini.

b) *Informasi Faktual (factual information)*. Yaitu kumpulan informasi yang sesuai dengan realitas dan dapat diverifikasi, seperti nama, tanggal, gelar, dsb.

c) *Informasi Sosial (social information)*. Yaitu informasi yang merupakan kepercayaan yang diyakini secara sosial, dan tidak dapat diverifikasi sebagaimana informasi faktual. Informasi ini didapatkan dari proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan sosialnya, seperti tata krama, budaya, norma, dsb.

c) ***Personal Locus (Lokus Pribadi)***. Blok lain yang dibutuhkan dalam literasi media yaitu lokus pribadi yang kuat. Potter (2019, h. 62) menjelaskan bahwa lokus pribadi terdiri dari tujuan dan dorongan. Tujuannya yaitu untuk memproses informasi dengan menentukan apa yang akan difilter dan apa yang diabaikan. Semakin seseorang sadar akan

tujuan, semakin Ia dapat mengarahkan proses pencarian informasi. Lokus yang lemah bisa memicu ketidaksadaran seseorang dalam memproses informasi yang disebabkan oleh paparan media, hal ini menyebabkan seseorang menjadi tidak sadar akan tujuan utamanya. Dalam literasi media, tujuan utama yang harus dicapai adalah apa yang seseorang inginkan, bukan apa yang media atau pengiklan tujukan.

Literasi media membutuhkan beberapa kompetensi. Livingstone (2004) menyebutkan adanya 4 komponen yang dapat menjadi tolok ukur untuk diaplikasikan di berbagai media, baik internet, cetak, atau penyiaran, yaitu:

a) **Akses**

Kemampuan mengakses media, baik cetak maupun elektronik diperlukan untuk melakukan literasi media. Akses terletak pada proses yang dinamis dan sosial, bukan tindakan yang hanya bersifat satu kali (Livingstone, 2004). Hal ini meliputi perubahan dalam aplikasi, mengikuti perkembangan aplikasi untuk mengakses media. Kemampuan mengakses media terkadang terkendala kondisi sosio- demografi masyarakat yang tidak merata dan lemahnya sumber daya. Mengakses media secara berkelanjutan menjadi perlu untuk mengikuti perkembangan pesan media. Kemudahan akses media memudahkan pula proses-proses berikutnya.

b) Analisis

Kemampuan menganalisis diperlukan dalam literasi media. Livingstone (2004) menyebutkan bahwa masyarakat perlu untuk meningkatkan kemampuan analitik untuk memanfaatkan peluang di ranah *online*. Hal ini dikarenakan keterlibatan masyarakat dengan media cetak dan audiovisual telah mengandalkan kompetensi analitik. Kemampuan analisis, dalam domain audiovisual termasuk ke ranah pemahaman agensi, kategori, teknologi, bahasa, representasi, dan khalayak media (Aufderheide, 1993). James Potter (2019) mengartikan kemampuan analisis sebagai kemampuan memilah-milah sebuah pesan menjadi beberapa elemen penting. Sebagai contoh, komponen kelengkapan sebuah berita (apa, siapa, dimana, kapan, mengapa, dan bagaimana) dipakai untuk melihat apakah suatu berita telah komplit atau tidak.

Dalam konteks khalayak aktif media, orang yang terliterasi media menyadari bahwa ia secara aktif menegosiasikan makna dengan teks media. Orang tersebut menyadari faktor mana saja yang memengaruhi negosiasi makna, termasuk dalam faktor personal seperti gender, ras, latar belakang, dan bagaimana ia mau menggunakan teks media tersebut. Selain itu, perlu pula kesadaran mengenai faktor-faktor yang berhubungan dengan teks media, seperti melalui medium apa pesan disampaikan, aspek ideologi, dan motivasi pencipta pesan dibalik sebuah teks media.

c) **Evaluasi**

Livingstone (2004) mengungkapkan bahwa ruang lingkup tahapan evaluasi masih diperdebatkan, apakah literasi media dimaksudkan untuk mempromosikan pendekatan demokratisasi, representasi *online* atau haruskah itu mendukung diskriminasi yang lebih tradisional, hierarkis tentang yang baik dari yang buruk, otoritatif dari yang tidak sah, informasi dan komunikasi.

Proses evaluasi diartikan sebagai proses penilaian suatu elemen dengan membandingkan elemen pesan terhadap sebuah standar (Potter, 2019). Jika elemen-elemen itu memenuhi atau melampaui standar, dapat menyimpulkan bahwa pesan itu — dan pendapat yang diungkapkan di pesan tersebut — baik; tetapi jika elemen-elemen tersebut tidak memenuhi standar, maka dapat dinilai bahwa pesan tersebut tidak bisa diterima.

d) **Kreasi Konten**

Meskipun tidak semua definisi literasi media mencakup persyaratan untuk membuat, memproduksi teks simbolik, bisa dikatakan bahwa orang-orang memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang konvensi dan manfaat materi yang diproduksi secara profesional jika mereka memiliki pengalaman langsung dalam produksi konten dan bahwa internet adalah media yang menawarkan peluang yang sampai sekarang tidak terbayangkan bagi orang awam untuk membuat konten *online* (Livingstone, 2004).

Tahapan kreasi konten merupakan kemampuan memengaruhi (*influence*). Seseorang yang terliterasi media mampu untuk mampu secara sengaja mengubah dampak atau makna pesan. Konsep utama dibalik literasi media adalah keinginan untuk menciptakan khalayak media yang efektif – yang mampu menganalisis dan menggunakan media dengan baik untuk menciptakan pesan mereka sendiri.

Literasi media merupakan kompetensi yang dibutuhkan individu dalam menggunakan media. Perkembangan teknologi menciptakan beragamnya informasi di internet yang menambah “tugas” individu dalam menyaring konten media. Penelitian ini melihat bagaimana kompetensi literasi media individu sebagai pengguna media *online*.

3. Perkembangan Media Baru dan Kredibilitas Media

Dovey, Grant, & Lister (2009, h. 10) menjelaskan bahwa definisi media baru yang memiliki ideologi didalamnya. Istilah “media baru” muncul sekitar tahun 80-an, dimana dunia media dan komunikasi mulai mengalami perubahan. Perubahan terjadi karena adanya perkembangan teknologi, budaya, dan sosial. Penggunaan kata “baru” dalam kata “media baru” membawa ideologi yang menyuratkan makna ‘baru’ sama dengan ‘lebih baik’ . Kata “baru” digunakan oleh kaum modernis sebagai keyakinan atas kemajuan sosial yang disebabkan teknologi. Kemunculan media baru, melekat dengan harapan akan terjadinya peningkatan produktivitas dan peluang edukasi.

Dovey, Grant, & Lister dalam bukunya yang berjudul *New Media: A Critical Introduction*, menyebutkan beberapa karakteristik yang terdapat di media baru. Adapun yang menjadi karakteristik utama media baru (2009, h. 13), antara lain:

a) Digital

Media yang berbasis digital akan mengonversikan data yang masuk menjadi angka. Melalui proses dekoding dan enkoding, data tersebut kemudian akan menghasilkan gambar, grafik, suara, teks, dsb. Hal ini memiliki perbedaan kontras dengan sistem analog yang mengharuskan data yang masuk untuk diubah ke objek fisik terlebih dahulu.

b) Interaktif

Sebagai lawan kata “pasif”, interaktif diartikan sebagai kemungkinan bagi khalayak untuk dapat mengakses dan mengubah gambar dan tulisan. Maka, pengguna media berperan sebagai “user” dan bukan lagi sebagai “viewer”. Media interaktif memungkinkan pengguna untuk secara langsung melihat dan mengolah informasi dengan tujuan memproduksi makna

c) Hypertekstual

Hypertext dapat didefinisikan sebagai sebuah teks yang terbuat dari unit material yang terpisah, yang masing-masing membawa sejumlah jalur ke unit lain. Contohnya yaitu tulisan berupa link-link yang menjadi pintu masuk ke

sebuah website. Tulisan tersebut menjadi sebuah portal untuk mengakses tulisan/gambar lainnya.

d) Virtual

Yaitu dunia maya, dimana merupakan kejadian yang “seolah-olah” atau disebut juga simulasi dunia nyata. Dunia virtual merupakan dunia fantasi. Menurut filsuf Gilles Deleus, dunia virtual bukanlah kebalikan dari dunia nyata, melainkan hal itu merupakan kenyataan dan diciptakan untuk menentang apa yang “benar-benar” nyata.

e) Berjejaring (*Networked*)

Media baru memungkinkan manusia untuk terhubung satu sama lain, menghubungkan satu data dan informasi yang satu ke yang lainnya. Koneksi ini memungkinkan akses data dalam skala global, dan bukan lagi lokal

f) Simulasi (*Simulated*)

Sebagaimana konsep “virtual” didefinisikan, konsep simulasi melengkapi istilah “imitasi” ataupun “representasi”. Simulasi pasti buatan, sintetis dan palsu, tetapi tidak ‘salah’ atau ‘ilusi’. Proses fabrikasi, sintesis dan kecerdasan adalah nyata dan semua menghasilkan objek nyata baru.

Klasifikasi media *online* dalam lingkup situs berita, dapat dibedakan menjadi beberapa (Romli dalam Darminto, 2017), antara lain:

1. **Media Online – Cetak**, yaitu berupa versi *online* dari berita cetak seperti koran atau majalah. Contohnya adalah Kompas (kompas.com), National Geography (nationalgeographic.grid.id), dan Media Indonesia (mediaindonesia.com).
2. **Media Online – Siar (Radio)**, yaitu berupa versi *online* berita yang berasal dari hasil penyiaran radio. Contohnya yaitu BBC News (bbc.co.uk) dan ABC News (radio.abc.net.au).
3. **Media Online – Siar (Televisi)**, yaitu berupa versi *online* berita yang berasal dari siaran televisi. Contohnya yaitu Metro TV (metrotvnews.com), Net TV (netmedia.co.id).
4. **Media Online – “Murni”**, yaitu situs berita *online* yang tidak berasal dari media cetak maupun siar. Contohnya yaitu Detik.com, dan Beritagar.id.
5. **Media Online – Indeks berita**, yaitu portal berita *online* yang memuat link-link dari situs berita lainnya. Contohnya yaitu Line Today (today.line.me), UC News (wm.ucweb.com), dan Babe (babe.news).

Menjamurnya informasi di media digital, baik faktual maupun bohong, mendorong terbentuknya peraturan pemerintah bagi media *online*. Melalui UU no 40 tahun 1999 tentang Pers (UU Pers), Dewan Pers diberikan kewenangan untuk mengedukasi masyarakat bagaimana menyikapi informasi di media (MediaCentre, 2018). Dewan Pers mengkaji, menginvestigasi dan memberikan verifikasi bagi

masyarakat, mengenai apakah suatu media telah memenuhi ketentuan UU Pers atau tidak. Suatu media yang telah terverifikasi haruslah menaati Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Sementara media lain yang tidak terverifikasi, tidak berada dalam domain Dewan Pers. Ketua Dewan Pers Indonesia, Yosep Stanley Adi Prasetyo (2017) mengatakan bahwa verifikasi perusahaan media menjadi penting di era ini, dikarenakan maraknya media yang tidak terverifikasi Dewan Pers, memproduksi hoaks dan konten kebencian berbau SARA.

Carole Rich dalam bukunya yang berjudul *Writing and Reporting News* (2010, h. 97), menyebutkan beberapa beberapa cara yang bisa dilakukan dalam menilai kredibilitas sebuah situs atau media *online*:

a) *Who* (siapa)

Merupakan identitas suatu penulis, pemilik media, struktur redaksi, atau nama organisasi yang mensponsori media tersebut. Verifikasi suatu media juga dapat dinilai dengan melihat apakah media tersebut tercantum di Situs Dewan Pers atau tidak.

b) *What* (apa)

Apakah media tersebut terafiliasi dengan pemerintah atau agensi, intitusi pendidikan atau organisasi nasional lainnya yang kredibel? Hal ini dapat dilihat dari fitur "*about us*" atau "tentang kami" di situs media.

c) *When* (kapan)

Apakah konten media tersebut selalu diperbaharui? Hal ini dapat dilihat dari pola penayangan berita, untuk melihat rutinitas dan jumlah berita yang ditayangkan tiap periodenya.

d) *Where* (dimana)

Apakah media tersebut memiliki kontak informasi, lokasi atau individu? Kredibilitas suatu media juga dapat dinilai dari detil informasi yang dimiliki atau terteranya informasi redaksi media.

e) *Why* (mengapa)

Apakah media tersebut memiliki bias atau agenda tertentu? Jika demikian, perlu untuk hindari atau dapatkan sudut pandang lain, dan periksa akurasi.

Penelitian ini membahas bagaimana individu menganalisis kredibilitas media baru sebagai salah satu kompetensi literasi media. Adapun salah satu produk media baru yang juga dibahas dalam penelitian ini adalah berita dan kredibilitasnya.

4. Berita

a) Pengertian berita

Berita berasal dari Bahasa Sansekerta, yaitu *vrit* (ada atau terjadi) atau *vritta* (kejadian atau peristiwa) (Restendy, 2016, h. 2). University of Florida dalam artikelnya yang berjudul *What is News?* menuliskan bahwa berita adalah informasi faktual mengenai suatu kejadian (2015). Berita dilaporkan oleh berbagai

sumber, seperti surat kabar, majalah, acara televisi, program kabel dan radio, situs Web, pesan email, dan dari mulut ke mulut. Definisi lain berita terdapat dalam KBBI, yaitu cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat; kabar. Makna berita berbeda dengan pemberitaan, dimana pemberitaan merupakan proses, cara, perbuatan memberitakan (melaporkan, memaklumkan). Kata “berita” mengacu pada suatu objek yang telah “jadi”, sementara pemberitaan mengacu pada suatu proses dalam membuat berita.

b) Nilai-nilai berita

Sebuah berita dinilai bagus dan layak diberikan kepada khalayak karena memenuhi nilai berita. Wartawan profesional dan editor (Brooks, Kennedy, Moen, & Ranly, 2014, h. 5) menyebutkan setidaknya ada tiga kriteria sebuah berita, yaitu relevan (*relevance*), kegunaan (*usefulness*), dan kepentingan (*interest*). Ketiga kriteria ini merupakan panduan untuk mengevaluasi nilai berita yang ditujukan untuk khalayak yang spesifik. Kriteria ini berlaku secara umum, tetapi setiap jurnalis dan setiap organisasi berita menggunakannya dalam konteks dan makna tertentu, tergantung pada siapa khalayak yang mereka tuju.

Brooks, Kennedy, Moen, & Ranly (2014, h. 5), menjabarkan elemen – elemen yang lebih spesifik dalam sebuah berita yang baik, atau biasa dikenal dengan istilah “nilai berita” (*news values*). Nilai – nilai berita, yaitu:

1. **Dampak (*Impact*)** – potensi dampak sebuah berita bisa menjadi alat ukur untuk penilaian relevansi dan kebergunaan suatu berita. Seberapa banyak orang yang akan terpengaruh dengan kejadian atau gagasan? Seberapa

serius pengaruh itu? Semakin luas dan semakin besar pengaruhnya, semakin baik suatu berita.

2. **Konflik (*Conflict*)** - Konflik adalah tema yang berulang dalam semua penceritaan, baik kisah yang diceritakan adalah jurnalisme, sastra, atau drama. Terkadang jurnalis harus melawan godaan untuk tidak melebih-lebihkan suatu berita sehingga terkesan “dramatis” atau juga menyederhanakannya.
3. **Kebaruan (*Novelty*)** – khalayak akan tertarik pada informasi yang bersifat baru dan *up-to-date*. Tidak jarang suatu tokoh atau peristiwa mungkin menarik dan layak diberitakan hanya karena mereka tidak biasa atau aneh.
4. **Ketokohan (*Prominence*)** – nama seseorang yang memiliki peranan besar atau terkenal berpotensi menjadi berita. Semakin dikenal tokoh tersebut, semakin besar berita tersebut dan akan menarik khalayak.
5. **Kedekatan (*Proximity*)** – secara umum, orang akan lebih tertarik pada suatu berita ketika berada di lingkungan yang dengan dengannya, seperti lokasi tinggal, hobi, dan kepentingan. Ketika seseorang membaca berita lokal maupun internasional, mereka akan cenderung mencari keterkaitannya dengan komunitas atau wilayahnya.
6. **Aktualitas (*Timeliness*)** – Apabila sebuah berita ingin menjadi relevan dan bermanfaat, berita haruslah tepat waktu. Pelaporan yang tepat waktu dapat memberi orang kesempatan untuk menjadi partisipan dalam urusan publik daripada hanya menjadi penonton.

7. **Keterikatan (*Engagement*)** – ketika suatu berita sudah tayang atau disebarkan dalam media cetak maupun media siar, aliran informasi hanya bersifat liner atau searah. Tidak ada timbal balik yang diberikan oleh khalayak. Namun dalam media digital, khalayak dimungkinkan untuk memberikan saran, kritik, kepada penulis maupun terhadap isi berita tersebut. Maka tidak jarang penilaian suatu berita berdasarkan pada potensi timbal balik khalayak.
8. **Solusi (*Solution*)** – beberapa peneliti dan khalayak kerap mengomentari jurnalis yang melaporkan suatu masalah tanpa adanya solusi yang ditawarkan. Nada negatif dari banyak memiliki efek meningkatkan sinisme dan mengurangi partisipasi khalayak. Saat ini semakin banyak jurnalis yang mencari sumber ahli dan mengundang anggota audiens tidak hanya untuk menjelaskan masalah yang kompleks tetapi juga untuk menyarankan solusi.

c) **Unsur-unsur berita**

Sebuah informasi dapat menjadi berita apabila memenuhi unsur-unsur berita. Unsur berita dikenal sebagai 5W + 1H, yang diperlukan untuk memenuhi akurasi dan kelayakan sebuah berita (Sugiharto, 2019, h. 21). Keenam unsur inilah yang kemudian dirangkai mejadi susunan kalimat yang dapat dimengerti oleh pembaca. Unsur-unsur tersebut, antara lain:

1. *What* (apa) – apa kejadian/fenomena yang terjadi dan menjadi inti berita tersebut?
2. *Who* (siapa) – siapa saja yang terlibat di kejadian? (pelaku utama, saksi, pengamat, dsb)
3. *Where* (dimana) – dimana lokasi kejadian tersebut?
4. *When* (kapan) – kapan terjadinya ?
5. *Why* (mengapa) – mengapa kejadian itu bisa terjadi? (alasan, latar belakang, motif, dsb)
6. *How* (Bagaimana) – bagaimana proses atau kronologi berlangsungnya kejadian?

d) Kredibilitas berita

Kemudahan akses teknologi menciptakan adanya “ledakan” konten media digital. Saat ini semakin banyak informasi dari berbagai sumber yang menjangkau lebih banyak manusia. Kehadiran internet memudahkan masyarakat untuk mengakses media secara cepat, murah, dan lengkap. Peningkatan konektivitas dan ketersediaan informasi tidak hanya mengubah apa yang orang ketahui, tetapi bagaimana mereka tahu apa yang mereka ketahui (Flanagin & Mergetzer, 2008, h.7). Bagaimana masyarakat mengakses media dan informasi yang dipilih menjadi pertanyaan di generasi ini.

Ledakan konten dan sumber informasi berbanding lurus dengan kesulitan yang dihadapi masyarakat dalam menilai kualitas informasi. Kebenaran, keakuratan, dan relevansi menjadi nilai penting yang saat ini semakin pudar.

Dalam buku yang *Digital Media, Credibility, and Youth*, Flanagin dan Mergetzer (2008, h.7) mengungkapkan bahwa menilai kredibilitas yang tidak akurat dapat memiliki masalah sosial, pribadi, pendidikan, hubungan, kesehatan, dan konsekuensi keuangan yang serius. Akibatnya, menentukan kepercayaan, kepercayaan, dan bias informasi (elemen kunci dari kredibilitas) menjadi penting ketika individu memproses informasi di dalamnya.

Aristoteles (dalam Flanagin & Mergetzer 2008, h.7) mengartikan kredibilitas dalam sisi pembicara, sebagai kemampuan untuk berhubungan dengan audiens yang berbeda. Hal ini mengacu pada teori retorikanya mengenai *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* diartikan sebagai kemampuan komunikator untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan pada apa yang dikatakan. Seorang pembicara dengan etos yang tinggi, dianggap adil, dapat dipercaya, tulus, dapat diandalkan, dan jujur. Psikolog sosial, Carl Hovland (dalam Flanagin & Mergetzer 2008, h.7), mendefinisikan kredibilitas sebagai keahlian dan kepercayaan dan, untuk pertama kalinya, menarik perbedaan antara kredibilitas sumber, kredibilitas pesan, dan kredibilitas audiens. Berbeda dengan pandangan Aristoteles yang mengacu pada pembicara, pandangan ini memaknai kredibilitas sebagai konstruksi berbasis penerima dan ditentukan oleh penerimaan pembicara oleh audiens. Pandangan lainnya berasal dari para profesional yang bekerja di stasiun berita. Kredibilitas ditujukan pada medium yang dilihat oleh orang banyak. Semakin banyak orang mengandalkan media untuk berita — televisi atau surat kabar semakin kredibel mereka percaya media tersebut.

Flangin dan Mertgerz (2008, h. 8) menarik garis merah dari berbagai definisi yang diberikan oleh para ahli, bahwa kredibilitas adalah kepercayaan sumber atau pesan, yang terdiri dari dua dimensi utama: kepercayaan dan keahlian. Gagasan kredibilitas terkait erat dengan beberapa konsep, termasuk kepercayaan, keandalan, akurasi, reputasi, kualitas, otoritas, dan kompetensi. Menentukan kepercayaan (*trust*), kepercayaan (*believability*), dan bias informasi (*information bias*)— elemen kunci kredibilitas — menjadi penting ketika individu memproses informasi dalam kehidupan mereka yang diperoleh dari media digital.

Penulisan berita kerap menjadi tantangan. Brooks, Kennedy, Moen, & Ranly (2014, h. 12) menuturkan bahwa terkadang penulis mengalami dilema ketika dihadapkan pada kumpulan fakta yang berbeda. Penulis diharuskan mengangkat suatu fakta menjadi sebuah kebenaran (*truth*) dalam untaian cerita, dengan waktu yang sempit untuk menulis. Perdebatan juga terjadi di kalangan filsuf dan teolog, ketika mempertanyakan “apa itu kebenaran”, karena ketika penulis membuat berita, “kebenaran” bisa menjadi berbeda bila memakai perspektif yang berbeda. Hal ini juga memengaruhi kredibilitas berita bila melihat dari sisi akurasi, keberimbangan, dan bias.

Kredibilitas suatu berita dapat dinilai pula berdasarkan akurasi (*accuracy*), keberimbangan (*fairness*), dan bias (*bias*).

“Accuracy, fairness and lack of bias are essential in news stories. Writers of commentaries (editorials, blogs, written and spoken essays, reviews and letters to the editor) must also be accurate and fair in order to be credible. (Keakuratan, keadilan, dan kurangnya bias sangat penting dalam berita. Penulis komentar (editorial, blog, esai tertulis dan lisan, ulasan dan surat kepada editor) juga harus akurat dan adil agar dapat dipercaya.)” (Brooks, Kennedy, Moen, & Ranly, 2014, h.14)

Lebih jelasnya, yaitu:

- 1) **Akurasi**, merupakan karakteristik yang paling penting dalam sebuah cerita atau berita dan merupakan ketepatan penulisan dengan fakta yang sebenarnya. Setiap nama harus dituliskan secara tepat, setiap kata harus ditulis dengan lengkap seperti apa yang diucapkan, dan angka-angka harus ditulis secara tepat. Namun, hal ini juga masih belum cukup, apabila tidak memasukan konteks secara akurat. Konteks dalam KBBI diartikan sebagai bagian suatu uraian atau kalimat yang dapat mendukung atau menambah kejelasan makna; situasi yang ada hubungannya dengan suatu kejadian.
- 2) **Keberimbangan**, yaitu ketika penulis mengungkap semua fakta yang relevan dan telah menyampaikan fakta-fakta itu secara adil, tanpa memihak salah satu pihak. Sebuah berita haruslah bersifat *cover-both-side*, dimana wartawan menuliskan berdasarkan fakta dari dua belah pihak, tanpa memberatkan ke satu sisi. Setiap berita memiliki ada sudut pandang yang berbeda dari mana setiap peristiwa atau masalah dapat diamati. Setiap sudut pandang dapat menghasilkan interpretasi yang berbeda tentang apa yang terjadi dan apa artinya.
- 3) **Bias**, merupakan prasangka yang mendukung atau menentang satu hal, orang, atau kelompok dibandingkan dengan yang lain, biasanya dengan cara yang dianggap tidak adil (Oxford Dictionary). Wartawan kerap bias dengan beberapa hal tertentu. Para jurnalis melihat pekerjaan mereka

sebagai pengawas terhadap yang kuat, suara yang tak bersuara, pengganti bagi warga biasa, pelindung yang dilecehkan dan tertindas. Para jurnalis mengharapkan diri mereka selamanya skeptis, konsisten berpikiran terbuka, menghargai perbedaan, peka terhadap apa yang oleh para sosiolog disebut “yang lain (*other*).” Sebagai contoh: bias terhadap konflik, dimana berita peperangan selalu lebih menarik dibandingkan kedamaian; dan bias terhadap kebaruan, dimana berita mengenai kejatuhan pesawat lebih sering dimunculkan dibandingkan pesawat yang berhasil landas.

Brooks, Kennedy, Moen, & Ranly (2014, h. 14) juga menjabarkan beberapa hal yang dapat digunakan untuk mengevaluasi akurasi, keberimbangan, dan bias. Antara lain:

Tabel 1.2. Faktor Kredibilitas Berita

AKURASI	<ul style="list-style-type: none"> • Memastikan fakta (kejadian, nama, statistik, tempat, kutipan, tanggal) adalah tepat dengan melihat 5W1H • Memverifikasi fakta dengan sumber berita lainnya • Menggunakan sumber terpercaya untuk sebuah statistik • Menggunakan fakta sebagai substansi cerita • Menyertakan semua fakta yang diperlukan
KEBERIMBANGAN	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan konteks dari fakta • Memberikan semua sisi cerita dari pihak-pihak yang terkait dan relevan • Berupaya untuk berimbang
BIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak memasukan penilaian pribadi (<i>personal bias</i>) • Menggunakan bahasa yang netral

(Sumber: Diadaptasi dari Brooks, Kennedy, Moen, & Ranly, 2014, h. 14)

Penelitian ini membahas kredibilitas berita sebagai kompetensi analisis dan evaluasi dalam literasi media. Adapun kompetensi literasi media subjek yang diamati dalam penelitian ini adalah kelompok tuli sebagai penyandang disabilitas.

5. Penyandang Disabilitas

Istilah “disabilitas” dan “difabel” kerap dianggap sama bagi sejumlah masyarakat. Di sisi lain, beberapa kalangan yang memahami arti kedua istilah tersebut, menggunakannya secara berbeda. Hal ini dikarenakan pengertian yang terkandung di dalam kata “disabilitas” dan “difabel” memiliki konotasi yang berbeda. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) daring, disabilitas diartikan sebagai “keadaan (seperti sakit atau cedera) yang merusak atau membatasi kemampuan mental dan fisik seseorang; keadaan tidak mampu melakukan hal-hal dengan cara yang biasa.” Penggunaan kata “difabel”, meskipun kerap digunakan masyarakat, memiliki arti yang berbeda. Difabel, merupakan kata serapan Bahasa Inggris (*difable*), singkatan dari *differently able*. Dalam terjemahan Bahasa Indonesia yaitu perbedaan kemampuan. Kata ini diartikan dalam KBBI daring sebagai penyandang cacat. Perbedaan terjemahan ini kerap menjadi pertanyaan bagi sejumlah kalangan.

Penggunaan kata disabilitas ataupun difabel menjadi perdebatan karena perbedaan makna yang mengikutinya. Berbeda dengan pengertian disabilitas yang merujuk pada kondisi fisik dan mental seseorang yang merujuk pada sakit atau cedera, kata “cacat” dalam istilah difabel bersifat bias dan luas (Barra, 2019).

Dalam KBBI, kata “cacat” tidak hanya merujuk fisik, melainkan juga tercampur dengan kondisi sosial, yaitu cela; aib. Makna negatif yang muncul dari istilah serapan ini memiliki perbedaan signifikan dengan pengertian sesungguhnya yang dalam bahasa Inggris.

Oleh karena perbedaan makna kedua istilah ini, masyarakat perlu memahami terminologi yang lebih baik digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dikutip dari Tempo.co, Ketua Himpunan Wanita Disabilitas Indonesia (HWDI), Maulani Rotinsulu, merekomendasikan penggunaan kata “penyandang disabilitas” untuk dipakai oleh masyarakat (Nilawaty, 2019). Alasannya, terminologi ini dipakai dalam Undang-Undang. Definisi disabilitas menurut UU no 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas, berbunyi:

Setiap orang yang mengalami keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan/atau sensorik dalam jangka waktu lama yang dalam berinteraksi dengan lingkungan dapat mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif dengan warga negara lainnya berdasarkan kesamaan hak. (SUSPAS oleh BPS 2015, h. 73).

Definisi disabilitas lebih tepat digunakan karena sesuai dengan landasan hukum di Indonesia. Terminologi ini merupakan pembaharuan dalam peraturan di Indonesia, dari sebelumnya yang menggunakan istilah “penyandang cacat,” karena dianggap tidak merepresentasikan kondisi sebenarnya dari kaum disabilitas.

Definisi disabilitas terdiri dari beberapa konsep. Pasal 4 dalam UU no 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas menyebutkan bahwa penyandang disabilitas mencakup: disabilitas fisik, disabilitas intelektual, disabilitas mental, dan atau disabilitas sensorik. Adapun kategori ini meliputi:

- (1) Kesulitan melihat
- (2) Kesulitan mendengar
- (3) Kesulitan berjalan/naik tangga
- (4) Kesulitan menggunakan/menggerakkan tangan/jari
- (5) Kesulitan dalam hal mengingat atau berkonsentrasi
- (6) Gangguan perilaku dan atau emosional
- (7) Kesulitan/gangguan berbicara dan atau memahami/berkomunikasi dengan orang lain
- (8) Kesulitan mengurus diri sendiri.

Adapun bila diukur berdasarkan tingkat kesulitan yang dialami, dibedakan menjadi:

- (1) Selalu mengalami kesulitan
- (2) Seringkali mengalami kesulitan
- (3) Sedikit mengalami kesulitan
- (4) Tidak mengalami kesulitan

Kelompok tunarungu dan tuna wicara termasuk pada kategori kesulitan mendengar. Hal ini tidak termasuk orang yang memakai alat bantu dengar dan tidak mengalami kesulitan. Orang yang memakai alat bantu dengar, namun masih kesulitan untuk menangkap suara dengan jelas, tidak bisa membedakan volume, kualitas, sumber suara, sehingga tidak bisa merespon suara secara wajar, termasuk ke dalam kategori ini.

F. Kerangka Konsep

1. Peredaran Informasi COVID-19

Virus COVID-19 atau Corona mulai memasuki Indonesia sejak 2 Maret 2020. Dikutip dari CNN Indonesia (2020), Presiden Joko Widodo mengumumkan bahwa untuk pertama kalinya virus ini menjangkiti dua warga Indonesia yang berkontak langsung dengan WNA Jepang, tepatnya di wilayah Depok, Jawa Barat. Semenjak kejadian tersebut, penyebaran virus di Indonesia semakin meningkat setiap harinya, baik karena kontak langsung antar warga Indonesia, maupun karena warga Indonesia yang berpegian ke luar negeri. Sebagai bentuk antisipasi adanya kekeliruan informasi, pemerintah RI menggelar konferensi pers setiap harinya untuk memperbaharui data jumlah pasien Corona.

Konferensi pers dilakukan sebagai sumber informasi resmi dari pemerintah kepada media nasional mengenai jumlah pasien terinfeksi, sembuh, meninggal, dan negatif Virus Corona. Informasi diberikan oleh Achmad Yurianto, selaku Juru Bicara Pemerintah untuk Virus Corona kepada media, dan mulai dilengkapi dengan Juru Bahasa Isyarat pada pertengahan Maret 2020 (Rahmi, 2020). Pada tanggal 18 Maret 2020, pemerintah pusat RI secara resmi meluncurkan situs www.covid.go.id sebagai sumber informasi resmi satu pintu. Mengutip dari detiknews (2020), Kepala BNPB, Doni Mardono, mengatakan bahwa situs ini dibuat sebagai sumber rujukan informasi utama mengenai Corona, yang akan selalu diperbaharui secara *real-time*. Selain itu situs ini menyediakan *hoax buster* yang menunjukkan hoaks yang beredar mengenai Corona.

Selain informasi dari pemerintah pusat, beberapa pemerintah daerah juga menyediakan informasi yang berpusat di wilayah daerah masing-masing. Dikutip dari katadata (2020) beberapa situs, misalnya infocorona.bantenprov.go.id disediakan oleh pemerintah Banten yang merinci jumlah pasien positif dan negatif Corona, pasien sembuh dan meninggal, Pasien dalam Pengawasan (PDP) dan Orang dalam Pemantauan (ODP). Yogyakarta sendiri memiliki situs resmi pemerintah daerah, yaitu corona.jogjaprov.go.id yang juga menyediakan data pasien dan peta pesebaran virus. Meskipun begitu, informasi bohong atau hoaks masih tetap beredar di tengah masyarakat.

Keberadaan informasi resmi dari pemerintah pusat dan daerah tidak menutup peluang hoaks beredar di tengah masyarakat. Mengutip dari CNN Indonesia (2020), Kemenkominfo menyebutkan bahwa terdapat 1.202 hoaks tentang COVID-19 yang beredar. Adapun platform media sosial yang sering digunakan untuk peredaran hoaks adalah Facebook dan Twitter. Kepala Bagian Penerangan Umum Divisi Humas Polri Komisaris Besar, Asep Adi Saputra, mengatakan bahwa sampai pada 28 April 2020, total sebanyak 99 kasus hoaks sedang ditangani oleh Polri.

2. Literasi Media Kelompok Tuli

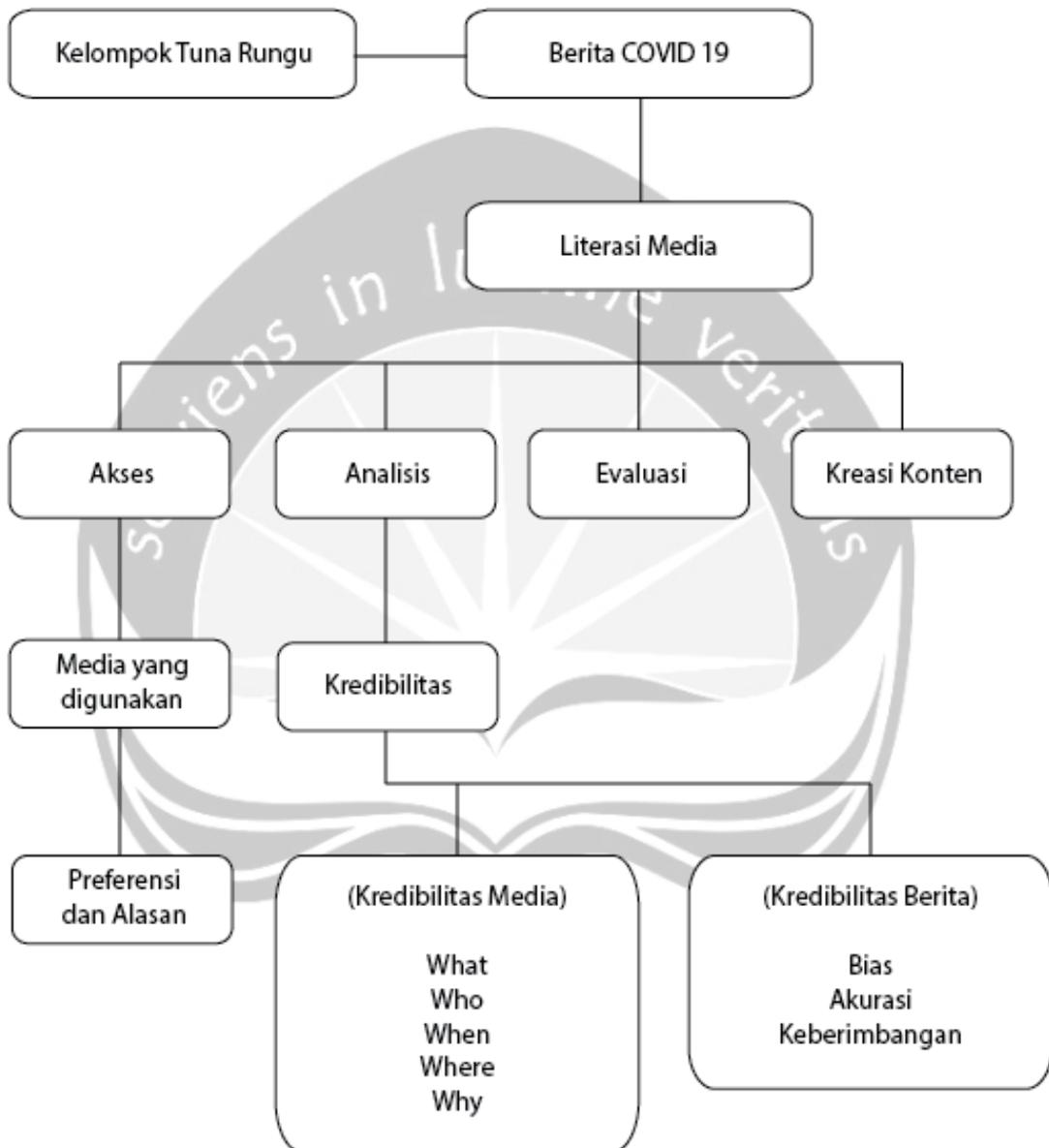
Adapun kata yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu “penyandang disabilitas” sebagai payung besar kelompok yang menjadi subjek penelitian, dikarenakan kesesuaian kata yang digunakan dalam UU no 8 tahun 2016. Penulis juga menggunakan istilah “tunarungu” dan bukan “tuli” untuk

mendeskripsikan penyandang disabilitas dengan kesulitan mendengar, dikarenakan kenyamanan subjek yang memilih penggunaan kata tersebut. Orang yang memakai alat bantu dengar, namun masih kesulitan untuk menangkap suara dengan jelas, tidak bisa membedakan volume, kualitas, sumber suara, sehingga tidak bisa merespon suara secara wajar, termasuk ke dalam kategori ini.

Subjek dalam penelitian ini adalah anggota Kelompok ADECO. Kelompok ini bersifat kekeluargaan, dimana seluruh anggotanya adalah tunarungu dan merupakan alumni Sekolah Luar Biasa (SLB) Dena Upakara dan SLB Don Bosco. Berdiri di tahun 2012 dengan nama “Keluarga ADECO” (wilayah Yogyakarta), para anggota masih terhubung dengan keluarga ADECO di wilayah lainnya untuk menjaga tali persaudaraan sesama alumni. Tujuan dibentuknya kelompok ini adalah agar para anggota tetap mengikuti perkembangan almamater dan menjalankan visi para pendiri sekolah mereka, yaitu mendukung pendidikan bagi masyarakat Tuli.

Penelitian ini secara mendalam memahami kemampuan literasi media anggota kelompok secara personal. Adapun kelompok berperan sebagai sarana untuk melihat dinamika individu yang menjadi anggotanya. Peneliti berupaya mengeksplorasi peranan anggota yang berkomunikasi dengan kelompok melalui grup Whatsapp, khususnya untuk melihat dinamika kelompok tersebut saat dihadapkan dengan sebuah hoaks.

Bagan 1.1. Literasi Media Pada Kelompok Tuli



Sumber: Hasil Olahan Penulis (2020)

Penelitian ini membahas bagaimana literasi media Kelompok ADECO pada berita COVID-19. Literasi media, sebagaimana ditulis oleh Livingstone (2004), terdiri dari 4 hal: Akses, analisis, evaluasi, dan kreasi konten.

Pada tahap akses, penelitian ini melihat aktivitas subjek dalam mengakses informasi terkait COVID-19 sehari-harinya. Peneliti juga menanyakan kesulitan yang dialami saat mengakses media tertentu, dan preferensi subjek terhadap suatu media. Di tahap ini, tujuan dan minat subjek dalam menggunakan media dapat terlihat, yang kemudian dikategorikan menggunakan Teori Kegunaan dan Gratifikasi.

Pada tahap analisis, peneliti memberikan contoh berita terhadap subjek. Subjek diminta untuk menganalisis berita tersebut berdasarkan sumber berita dan kontennya. Sumber berita (media) akan dilihat berdasarkan faktor 5W+1H yang menjadi panduan melihat kredibilitas media (Rich, 2010, h. 97). Sementara dalam menganalisis kredibilitas berita, subjek menganalisis berdasarkan bias, akurasi, dan keberimbangan berita dan bagaimana interpretasi mereka terhadap hal tersebut.

Pada tahap evaluasi, subjek kemudian menilai kredibilitas media dan berita berdasarkan hasil analisis sebelumnya. Subjek diminta mengevaluasi, apakah media dan berita yang disajikan peneliti sudah termasuk kredibel. Proses ini juga menjelaskan bagaimana interpretasi peneliti terhadap kredibilitas media dan berita yang disajikan pada subjek.

Tahap berikutnya yaitu kreasi konten. Tahapan ini menjelaskan apakah subjek telah melakukan kreasi konten dan bagaimana subjek melakukannya. Peneliti juga melihat konten apa yang pernah diproduksi subjek dan ditujukan untuk siapa, dengan motif apa. Sebagaimana elemen literasi media dijabarkan oleh Art Silverblatt (2014, h. 4), literasi media memungkinkan individu untuk memproduksi konten yang efektif dan bertanggungjawab.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Ungkapan metodologi kualitatif mengacu dalam arti luas untuk penelitian yang menghasilkan data deskriptif — kata-kata tertulis atau lisan orang sendiri dan perilaku yang dapat diamati (Bogdan, DeVault, & Taylor, 2016, h.7). Sementara penelitian deskriptif berupaya memaparkan situasi dan peristiwa, namun tidak menguji hipotesis dan membuat prediksi (Rakhmat, 2012, h. 24). Maka, penelitian ini berupaya untuk memaparkan data secara deskriptif tentang bagaimana literasi media Kelompok ADECO pada berita COVID-19 tanpa adanya hipotesis.

Bogdan, DeVault, & Taylor dalam bukunya yang berjudul *Introduction to Qualitative Research* (2016, h. 8), menyebutkan beberapa gagasan yang terkait dengan metode penelitian kualitatif, antara lain:

- a) Metode kualitatif bersifat induktif, memperhatikan makna yang dilekatkan orang pada hal-hal dalam kehidupan mereka. Peneliti kualitatif mengembangkan konsep, wawasan, dan pemahaman dari pola dalam data daripada mengumpulkan data untuk menilai model, hipotesis, atau teori yang terbentuk sebelumnya. Berangkat dari masalah yang ditemukan saat pra-observasi, penelitian ini tidak menguji hipotesis, melainkan menjabarkan pemahaman informan mengenai literasi media pada berita COVID-19.
- b) Semua perspektif layak dipelajari untuk peneliti kualitatif. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk menguji bagaimana hal-hal terlihat dari sudut pandang yang berbeda. Penelitian ini melihat dari sudut pandang anggota Kelompok ADECO, mengenai bagaimana mereka mengakses media, menganalisis kredibilitas media dan berita, mengevaluasinya, dan mengkreasikan konten yang mereka buat.
- c) Peneliti kualitatif memperhatikan makna yang dilekatkan orang pada hal-hal dalam kehidupan mereka. Maka, peneliti memahami orang-orang dari kerangka referensi mereka sendiri dan mengalami kenyataan saat mereka mengalaminya. Penelitian ini berupaya menggali preferensi informan terhadap pilihan media dan berita mereka, beserta alasan pribadi mereka mengenai hal tersebut. Peneliti juga berupaya menggali bagaimana mereka memahami kredibilitas media dan berita.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini yaitu fenomenologi. Perspektif fenomenologis adalah pusat konsepsi tentang metodologi kualitatif (Johnston & Vanderstoep, 2009, h. 201). Apa yang dipelajari oleh para ahli metodologi kualitatif, bagaimana mereka mempelajarinya, dan bagaimana mereka menafsirkannya semua tergantung pada perspektif teoretis mereka (Bogdan, DeVault, & Taylor, 2016, h.12). Penelitian fenomenologi berupaya untuk memahami bagaimana individu mengonstruksi realitas.

Littlejohn (2002, h. 184) menyatakan bahwa fenomenologi merupakan studi mengenai pengetahuan yang berasal dari kesadaran, atau bagaimana individu memahami suatu objek atau kejadian dengan secara sadar mengalaminya. Penelitian ini melihat dari perspektif subjek dan melihat bagaimana interpretasi subjek terhadap suatu hal. Littlejohn mendeskripsikan interpretasi sebagai proses aktif memaknai sesuatu yang diamati, seperti teks, sikap, atau situasi. Interpretasi merupakan proses disiplin pikiran, sebuah aksi kreatif untuk mencari kemungkinan-kemungkinan makna.

Tujuan dan peran peneliti fenomenologi adalah untuk masuk ke dalam pengalaman para peserta dan melihatnya sebagaimana mereka melihatnya (Johnston & Vanderstoep, 2009, h. 207). Peneliti dan peserta penelitian adalah rekan peneliti (co-researcher), dengan guna menganggap peneliti sebagai semacam medium atau fasilitator dalam proses ini. Peneliti seminimal mungkin memberikan reinterpretasi atau sedikit mungkin suara dalam penelitian ini.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Topik penelitian ini adalah literasi media kelompok Tuli pada berita COVID-19 di media *online*. Objek penelitian ini adalah literasi media anggota Kelompok ADECO. Penelitian ini melihat bagaimana literasi media anggota kelompok tersebut (yang terdiri dari akses, analisis, evaluasi, dan kreasi konten), dengan berfokus pada proses evaluasi kredibilitas media dan kredibilitas berita yang terkait dengan COVID-19 oleh para anggota. Subjek yang menjadi informan penelitian ini adalah anggota Kelompok ADECO Yogyakarta. Pemilihan Kelompok ADECO dilatarbelakangi oleh visi kelompok tersebut yang mendukung pendidikan bagi Tuli, terjalinnya komunikasi antar kelompok yang merupakan sesama Tuli, serta ditemukannya masalah pada pra-observasi. Adapun peran kelompok dalam penelitian ini digunakan untuk mengeksplorasi dinamika para anggota saat dihadapkan dengan berita hoaks yang diberikan oleh peneliti.

Peneliti menggunakan diversifikasi (penganekaragaman) informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini disebut juga sebagai *judgment sampling*, dimana informan dipilih dengan pertimbangan tertentu dengan tujuan memperoleh hasil atau karakteristik yang diinginkan peneliti (Setiawan, 2005). Informan yang dipilih merupakan representasi dari jumlah total anggota Kelompok ADECO Yogyakarta yang berjumlah 30 orang. Pemilihan informan adalah berdasarkan pada kriteria:

- a) Memiliki kesulitan pendengaran.

Yaitu anggota ADECO yang memiliki kesulitan pendengaran dengan tingkatan tertentu dan termasuk pada kategori sesuai UU no 8 tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas.

- b) Merupakan anggota aktif Kelompok ADECO Yogyakarta.

Yaitu merupakan anggota aktif yang terdaftar dalam Keluarga ADECO Yogyakarta dan masih aktif menjalin komunikasi dengan anggota lainnya dalam kurun 1 tahun terakhir. Hal ini dikarenakan peneliti ingin memastikan bahwa anggota tersebut masih menjalin komunikasi sebagai bagian dari Keluarga ADECO Yogyakarta dan mengikuti perkembangan kondisi para anggota kelompok.

- c) Memiliki dan bisa menggunakan teknologi komunikasi secara mandiri.

Informan yang menjadi representasi Kelompok ADECO Yogyakarta dipilih berdasarkan kompetensi, yaitu memiliki dan bisa menggunakan teknologi komunikasi (seperti gawai atau laptop) untuk komunikasi sehari-hari. Hal ini guna mempermudah peneliti untuk berkomunikasi dengan informan dan menggali data literasi media, terutama dalam tahap akses. Peneliti juga menggali data dari informan, mengenai kesulitan yang dihadapi anggota kelompok lainnya.

4. Pengumpulan Data

a) Observasi

Observasi diartikan sebagai peninjauan secara cermat (KBBI). Johnston & Vanderstoep (2009, h.238) menyebutkan beberapa tipe observasi dalam penelitian, yaitu: Fully-immersion (pelibatan penuh atau partisipan) dan artificial-immersion (pelibatan buatan atau non-partisipan). Pelibatan penuh adalah observasi ketika peneliti merupakan bagian dari sebuah grup yang diteliti. Sementara bila peneliti berinteraksi dengan grup atau subjek sebagai “peneliti”, maka observasi yang dilakukan adalah pelibatan buatan.

Penelitian ini menggunakan observasi dengan pelibatan buatan, dimana peneliti tetap berinteraksi dengan subjek sebagai seorang peneliti. Adapun keuntungan dari observasi ini adalah adanya jarak pemisah atau jarak objektif untuk penilaian. Peneliti mengamati anggota Kelompok ADECO sebagai subjek, dengan melakukan observasi langsung saat melakukan wawancara. Observasi dilakukan untuk melihat bagaimana proses subjek dalam mengakses media, aplikasi maupun kata kunci yang dilakukan, serta bagaimana subjek mengkreasikan konten media. Hal ini bertujuan untuk menjelaskan tahapan akses dan kreasi konten dalam kompetensi literasi media.

b) Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah metode pengumpulan data dengan menjangring informasi melalui interaksi lisan/verbal (Suwartono, 2014, h. 48). Ada beberapa tipe wawancara: Informal (*informal*), terstruktur (*structured*), dan

terpadu (*guided*). Penelitian ini menggunakan tipe *guided-interview*, dimana merupakan kombinasi dari kedua tipe wawancara lainnya. Wawancara terpadu mengikuti garis besar pertanyaan, tetapi tidak mengikuti secara kaku, baik transisi, dan perubahan yang ditentukan dibuat sebelum wawancara. Pewawancara diberi kebebasan untuk menyimpang dari pertanyaan-pertanyaan wawancara sebagaimana diperlukan untuk mengejar temuan kebetulan dan arahan yang membuahkan hasil (Johnston & Vanderstoep, 2009, h. 225).

Pada penelitian ini, *guided-interview* digunakan untuk menggali data dari perwakilan Kelompok ADECO mengenai bagaimana literasi media subjek pada berita COVID-19. Proses wawancara dilakukan secara tatap muka (*face to face*), dengan bantuan JBI (Juru Bahasa Isyarat) pada wawancara pertama, dan tanpa bantuan JBI pada wawancara kedua.

Kehadiran JBI pada wawancara pertama membantu komunikasi antara peneliti dan informan agar lebih nyaman sebagai perkenalan awal. Berbagai hal baru akan dikenalkan kepada para informan, sehingga bantuan JBI diperlukan untuk membantu beradaptasi dengan pesan-pesan baru yang disampaikan peneliti. Sementara pada wawancara dua, peneliti melakukan wawancara mandiri dikarenakan mampu berkomunikasi dengan para informan. Keempat informan memiliki kekuatan oral yang memudahkan peneliti untuk memahami perkataan informan, serta dimudahkan pula dengan kemampuan informan membaca gerak bibir peneliti.

Wawancara dilakukan sebanyak dua kali dengan tujuan mendapat kedalaman data. Peneliti sebelumnya mempersiapkan daftar pertanyaan untuk ditanyakan dan tidak menutup kemungkinan apabila alur pertanyaan keluar dari apa yang telah disiapkan. Pada wawancara pertama, para informan menganalisa dua buah berita terkait COVID-19 yang disediakan peneliti. Sementara pada wawancara kedua, satu berita merupakan pilihan peneliti, sementara satu berita lainnya merupakan pilihan informan.

Pada tahap wawancara, informan diminta untuk menganalisis kredibilitas media dan kredibilitas berita dari empat berita. Wawancara pertama menggunakan dua berita pilihan peneliti, sementara pada wawancara dua, satu berita merupakan pilihan informan dan satu berita lainnya merupakan pilihan peneliti. Analisis diarahkan menggunakan kategori kredibilitas media dan berita yang telah ditentukan peneliti. Berita dalam penelitian ini berfungsi sebagai alat bantu untuk mengeksplorasi kemampuan literasi media para informan dan tidak menjadi indikator untuk menilai kemampuan tersebut.

Adapun tiga berita pilihan peneliti berasal dari:

- 1) **Media Beritaviral**, yang berjudul “Takut Dibunuh, Ahli Virus China Kabur ke AS: Saya Bersaksi COVID-19 Hasil Persekongkolan Jahat.” Berita ini bersumber dari situs BeritaViral, pada tanggal 21 Juli 2020 (terlampir). Berita ini telah mendapat label konten yang menyesatkan oleh *Hoax Buster* melalui situs Satgas Penanganan COVID-19. Pemilihan media ini adalah karena tidak terdaftar di Dewan Pers, serta bentuk

beritanya menyerupai berita lain pada umumnya. Media ini juga memiliki kolom dan indeks yang serupa dengan media lainnya. Adapun hal lain yang menjadi minat peneliti dengan menggunakan berita ini adalah untuk melihat bagaimana kelompok Tuli melakukan verifikasi informasi, apabila narasumber yang dikutip berita tersebut berasal dari luar negeri dan dalam bentuk video di Youtube (Fox News).

- 2) **Media Tempo.co**, yang berjudul “Komunitas Wirausaha Difabel Yogyakarta Sumbang APD Buatan Sendiri,” dan ditayangkan pada tanggal 7 Mei 2020 (terlampir). Pemilihan Tempo.co yaitu karena media ini terdaftar di situs Dewan Pers, dan berita yang disajikan tidak mendapat label negatif oleh Mafindo maupun *Hoax Buster* COVID-19. Peneliti memilih berita ini dilatarbelakangi oleh adanya perbedaan dari berita sebelumnya, sehingga mendapatkan variasi data. Berita ini berbeda dikarenakan narasumber yang berasal dari Indonesia dan data berita tersebut merupakan hasil wawancara langsung.
- 3) **Media Tribunnetzen**, yang berjudul “Lagi Viral!! Orang Indonesia 'Haram' Masuk Malaysia, Penerbangan Ditutup!” Berita ini ditayangkan pada 13 September 2020 (terlampir) dan merupakan hasil plagiasi dari media CNBC yang berjudul “Orang Indonesia 'Haram' Masuk Malaysia, Penerbangan Ditutup?” Pemilihan berita ini diperuntukkan untuk melihat kecermatan informan dalam menganalisa sebuah berita, khususnya pada proses verifikasi berita menggunakan sumber lain. Peneliti berupaya

melihat pemahaman informan mengenai plagiarisme yang dilakukan oleh Tribunnetizen pada berita tersebut.

5. Sumber Data

a) Data Primer

Data primer adalah sumber utama yang berasal dari dokumen atau artefak yang dibuat selama waktu dalam studi dan dapat mencakup laporan, surat, foto, buletin, buku harian, dan bahan serupa (Bogdan, DeVault, & Taylor, 2016, h.155). Adapun yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara daring dengan informan yang menjadi representasi anggota Kelompok ADECO. Wawancara akan dilakukan secara mendalam dengan tipe *guided-interview*, dengan bantuan JBI sebagai interpreter antara peneliti dan subjek.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dibuat oleh orang yang mencoba untuk menganalisis dan menafsirkan suatu kegiatan atau peristiwa (Bogdan, DeVault, & Taylor, 2016, h.155), sehingga sifatnya tidak langsung. Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku profil Alumni ADECO, berita di media *online*, serta observasi peneliti secara luring yang bersifat *artificial immersion* atau non partisipan.

6. Metode Analisis Data

Johnston & Vanderstoep (2009, h. 190) menjelaskan bahwa proses penelitian kualitatif bersifat siklus. Analisis data dilakukan setelah data pertama dikumpulkan, dan analisis awal harus menentukan fokus dan strategi yang digunakan dalam pengumpulan data selanjutnya. Dengan cara ini, kesalahan dalam pengumpulan data dapat diidentifikasi dan diatasi pada awal proses penelitian. Selain itu, instrumen, pertanyaan, dan bahkan metode dapat diubah, diadaptasi, dan diperbaiki di seluruh data - proses pengumpulan.

Adapun beberapa tahap analisis data dalam penelitian yaitu (Rijali, 2018, p. 85):

a) Pengumpulan data

Peneliti memerlukan adanya catatan lapangan selama proses pengumpulan data. Sumber data utama dapat berasal dari rekaman suara, video, foto maupun film yang kemudian dicatat menggunakan catatan tertulis. Catatan ini berguna bagi peneliti untuk mencatat fakta hasil wawancara dan observasi, baik dalam bentuk uraian atau kutipan langsung; mencatat struktur masyarakat yang diteliti atau pola yang ditemukan, dan mencatat pengalaman selama mengambil data di lapangan

Dalam penelitian ini, sumber data utama adalah dari hasil wawancara dengan ketiga informan yang menjadi representasi anggota Kelompok ADECO. Peneliti mencatat informasi yang didapat melalui perantara JBI, maupun apabila

peneliti berkomunikasi langsung dengan informan. Proses wawancara akan direkam dalam bentuk video dan audio dan kemudian dilakukan proses transkrip rekaman. Peneliti juga menggali data mengenai latar belakang informan, hubungan informan dengan anggota kelompok lainnya, dan aktivitas keseharian informan, terutama dalam menggunakan media. Pertanyaan dalam wawancara dilakukan secara berurutan: 1) latar belakang, 2) keseharian, 3) bagaimana peran dan hubungan dengan anggota kelompok lainnya, 4) bagaimana akses media dan kesulitan yang dihadapi, 5) menganalisis dua berita yang telah disiapkan setiap wawancara, 6) evaluasi, 7) bagaimana kreasi konten dilakukan.

Proses ini juga akan diverifikasi menggunakan metode triangulasi sumber dan metode. Peneliti memastikan keabsahan informasi melalui verifikasi dengan anggota Kelompok ADECO lainnya, serta anggota keluarga informan. Sementara hasil wawancara dengan sumber, akan dibuat transkrip tertulis dan diverifikasi kembali dengan subjek yang terkait.

b) Reduksi data

Reduksi data adalah proses peneliti memilih dan memilah informasi yang didapat di lapangan, klasifikasi data kasar ke dalam kategori tertentu, dan penyederhanaan data lapangan menjadi pilahan-pilahan informasi yang diperlukan. Reduksi data meliputi: 1) meringkas data; 2) mengkode, 3) menelusur tema; 4) membuat gugus-gugus.

Dalam penelitian ini, data hasil wawancara, observasi, dan catatan lapangan diklasifikasikan terlebih dahulu oleh peneliti, berdasarkan kategori literasi

media yang terdapat dalam kerangka konseptual. Peneliti memilah informasi mana yang bisa digunakan dengan yang tidak memiliki hubungan dalam penelitian ini. Kemudian data tersebut disederhanakan dan diringkas untuk dapat dianalisis menggunakan teori.

c) Komparasi Data

Tahapan ini berupa membandingkan data hasil deskripsi dengan tinjauan pustaka. Komparasi data dalam penelitian ini dilakukan pada saat peneliti membandingkan data yang telah direduksi dengan tinjauan pustaka. Tahapan ini berupaya melihat persamaan atau perbedaan hasil yang ditemukan di lapangan dengan pandangan peneliti dan teori yang digunakan. Peneliti memaparkan analisa para informan dari hasil analisa berita (saat proses wawancara), lalu memberikan penelusuran lanjutan sebagai bentuk verifikasi jawaban informan tersebut dengan hasil yang ditemukan peneliti. Penelusuran lanjutan tersebut berfungsi sebagai pembanding hasil analisis para informan dan peneliti untuk mendapatkan kedalaman data terkait literasi media para informan.

d) Penyajian data

Tahapan ini merupakan proses menyusun kumpulan informasi, agar peneliti dapat menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Penyajian data dalam penelitian ini berupa teks naratif dalam bentuk catatan lapangan dan bagan. Bentuk penyajian data ini memudahkan peneliti menarik kesimpulan dan menganalisis data yang ditemukan.

e) Penarikan kesimpulan

Proses menarik kesimpulan dilakukan secara terus-menerus selama di lapangan. Peneliti mengumpulkan data dan mencatat makna dari informasi yang didapat, penjelasan-penjelasan, arti benda ataupun sejarah, dan pola yang terlihat. Kesimpulan yang didapatkan selama menganalisis data kemudian ditinjau ulang dengan catatan lapangan dan difokuskan agar lebih terperinci.

7. Metode Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (dalam Sugiarto, 2015, h. 88), triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber yang ada. Triangulasi sering dianggap sebagai cara untuk memeriksa wawasan yang diperoleh dari berbagai informan atau sumber data yang berbeda. Dengan menggambar pada jenis dan sumber data lain, pengamat juga mendapatkan pemahaman yang lebih dalam dan lebih jelas tentang pengaturan dan orang yang sedang dipelajari (Bogdan, DeVault, & Taylor, 2016 h. 93). Ada 4 jenis triangulasi dalam penelitian kualitatif, yaitu: 1) Triangulasi metode, 2) Triangulasi antar-peneliti, 3) Triangulasi sumber data, 4) Triangulasi teori (Denkin dalam Rahardjo, 2010).

Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi metode dan triangulasi sumber. Triangulasi metode yaitu membandingkan informasi dengan dua cara yang berbeda. Peneliti membandingkan hasil

wawancara dengan observasi dan dengan mencari informan lain untuk memastikan kebenaran data. Triangulasi sumber adalah memeriksa kebenaran data melalui berbagai metode dan sumber data. Peneliti membandingkan hasil observasi, catatan lapangan, wawancara, dan dokumen untuk mencari perbedaan bukti atau menambah informasi.

Triangulasi metode dilakukan dengan observasi dan wawancara dengan anggota Kelompok ADECO lain yang tidak termasuk representasi. Proses ini juga melibatkan anggota keluarga informan untuk memastikan kebenaran informasi yang didapat. Sementara triangulasi sumber akan dilakukan peneliti saat melakukan verifikasi transkrip wawancara dan membandingkan catatan lapangan dengan sumber lainnya. Hasil transkrip tertulis tersebut kemudian diberikan lagi kepada subjek untuk diverifikasi kebenaran informasinya.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini menjawab mengenai bagaimana literasi media Anggota Kelompok ADECO Yogyakarta pada berita COVID-19 di media *online*. Adapun literasi media dalam penelitian ini, secara spesifik membahas mengenai pandangan dan kemampuan informan pada kredibilitas media dan berita COVID-19 di media *online*. Dari rumusan masalah tersebut, kesimpulan yang didapat yaitu:

1. Akses

Keempat informan dapat mengakses media *online* secara mandiri sesuai kebutuhannya. Dua informan memiliki fleksibilitas tinggi dalam mencari berita, dikarenakan tidak terpaku pada aplikasi maupun rekomendasi Google, sementara dua informan lainnya terbatas. Adapun sumber utama keempat informan dalam mengakses media yang kredibel adalah televisi, karena para informan belum memiliki kemampuan memverifikasi berita, apabila bersumber dari media *online*. Selain itu, terbatasnya kemampuan untuk memverifikasi informasi membuat para informan cenderung berpegang pada perkataan individu lain dibandingkan membuktikan kebenaran berita secara mandiri.

Teori Kegunaan dan Gratifikasi yang melihat individu sebagai pengguna aktif, menunjukkan bahwa preferensi informan dalam menggunakan media adalah untuk fungsi pengawasan, dengan kebutuhan

kognitif. Hal ini dikarenakan selama pandemi, informan mencari informasi untuk kebutuhan pencegahan penyebaran virus COVID-19, sehingga fungsi pengawasan dibutuhkan.

2. Analisa

Berdasarkan kemampuan, keempat informan sulit menggunakan kata kunci untuk mencari sumber berita lain, serta belum memiliki pengetahuan yang cukup mengenai cara verifikasi berita, yang berujung pada pemilihan berita dan media yang sama ketika diminta membandingkan berita melalui sumber lain. Adapun nilai berita yang dominan disukai oleh keempat informan adalah *proximity*. Hal ini dikarenakan para informan menyukai berita dengan jangkauan lokal, dan dapat memengaruhi kepercayaan informan terhadap berita tersebut.

Pada tahap analisa kredibilitas media, keempat informan tidak mengetahui kepemilikan dan bias media, namun mampu mengidentifikasi redaksi, lokasi, dan memahami verifikasi perusahaan media di Dewan Pers. Pada tahap analisa kredibilitas berita, hanya satu informan yang memahami perihal plagiarisme; dua informan mampu menerka bias berita; sementara dua informan lainnya belum mencermati berita secara mendalam.

3. Evaluasi

Hasil dari proses analisis dapat meneguhkan kepercayaan informan saat memberikan penilaian di tahap ini. Secara garis besar, kepercayaan informan terhadap suatu berita didasarkan pada jangkauan berita yang

bersifat lokal serta bahasa penulisan yang mudah dipahami informan, sehingga memudahkan informan saat melakukan proses analisis.

Keempat informan mampu mengidentifikasi sebuah berita hoaks, namun belum mencermati letak hoaks dalam berita tersebut. Para informan kerap hanya membaca sekilas dari judul maupun isi berita dan memberikan penilaian tanpa verifikasi mendalam.

Peneliti juga menemukan bahwa faktor kredibilitas media tidak menjadi hambatan bagi tiga informan untuk menggunakan suatu media. Titik berat diletakkan pada keakuratan berita untuk dapat dipercayai oleh para informan.

4. Kreasi Konten

Keempat informan belum mencapai tahap kreasi konten media seputar COVID-19, sehingga belum memenuhi tahap literasi media sepenuhnya. Hal ini disebabkan alasan pribadi para informan, baik karena takut menyebarkan hoaks, enggan karena tidak hobi, dan merasa konten adalah privasi.

Secara garis besar, anggota kelompok ADECO sudah mencapai tahap evaluasi, namun belum sampai pada tahap kreasi konten. Adapun dinamika dalam grup Kelompok ADECO dapat menjadi modal awal dalam memenuhi tahapan literasi media, dikarenakan adanya kekuatan *Word of Mouth* dari masing-masing anggota yang mengambil peran. Kekuatan tersebut dapat memberikan kesadaran bagi anggota lainnya untuk waspada terhadap berita yang tersebar di media *online*.

B. Kelemahan Penelitian

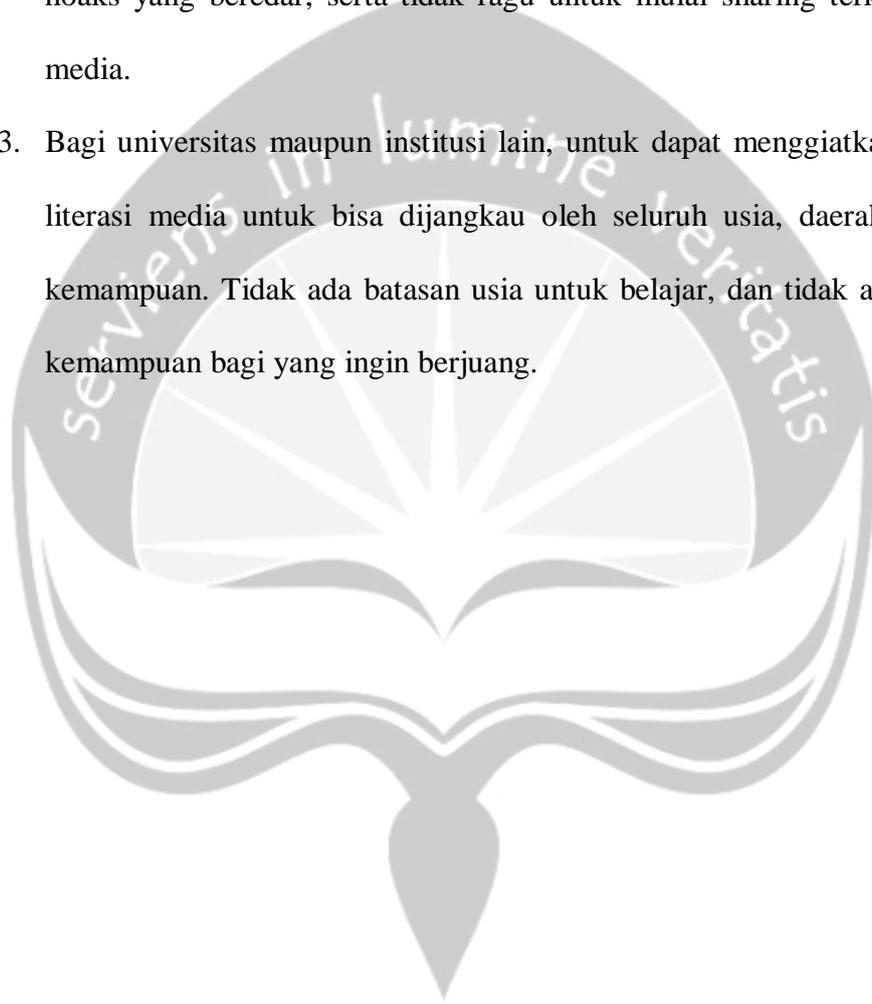
1. Meskipun penelitian ini tidak membatasi perbedaan usia, bagaimanapun faktor usia dapat berpengaruh pada kemampuan literasi media. Perbedaan generasi mempengaruhi kemampuan dan pola pikir. Hal itulah yang belum dibahas dalam penelitian ini. Adapun mayoritas anggota Kelompok ADECO Yogyakarta memiliki rentang usia 30 – 55 tahun
2. Komunikasi non-verbal selama wawancara yang tidak dapat terekam dalam transkrip. Para informan menggunakan kemampuan oral untuk berkomunikasi dengan peneliti, dengan adanya gestur tubuh, mimik, dsb. Hal tersebut tidak dapat terekam dalam hasil transkrip, namun secara detil dicatat peneliti sebagai bentuk observasi.
3. Adanya bias peneliti dalam proses analisa sangat mungkin terjadi, dikarenakan adanya perbandingan hasil analisis para informan dengan hasil analisis peneliti. Bagaimanapun, pandangan informan terhadap sesuatu, baik salah maupun benar, itulah yang diupayakan untuk terus di *highlight* dalam penelitian ini.

C. Saran

1. Bagi peneliti lain, untuk memperbanyak riset mengenai literasi media pada kelompok disabilitas. Hal ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah maupun pekerja media untuk terus memikirkan keramahan media bagi kelompok disabilitas. Selain itu, penelitian mengenai kelompok tuli perlu memperbanyak jumlah informan, dikarenakan kemampuan individu yang

berbeda. Beberapa kelompok tuli lebih aktif menggunakan bahasa oral, sementara lainnya lebih aktif menggunakan bahasa isyarat. Oleh karena itulah, memperbanyak jumlah informan dapat menambah variasi data.

2. Bagi pembaca, untuk meningkatkan *awareness* terhadap maraknya berita hoaks yang beredar, serta tidak ragu untuk mulai sharing terkait literasi media.
3. Bagi universitas maupun institusi lain, untuk dapat menggiatkan gerakan literasi media untuk bisa dijangkau oleh seluruh usia, daerah, maupun kemampuan. Tidak ada batasan usia untuk belajar, dan tidak ada batasan kemampuan bagi yang ingin berjuang.



DAFTAR PUSTAKA

- Anni005. (2018). Menkominfo: Baru 100 portal berita *online* terverifikasi. *Kominfo.go.id*. Diakses dari https://kominfo.go.id/content/detail/12345/menkominfo-baru-100-portal-berita-online-terverifikasi/0/berita_satker
- Annur, C., M. (2020). 11 Situs pemantau sebaran Corona versi pemerintah pusat dan daerah. *Katadata.co.id*. Diakses dari <https://katadata.co.id/berita/2020/03/19/11-situs-pemantau-sebaran-corona-versi-pemerintah-pusat-dan-daerah>
- Anwar., M. C. (2020). *Orang Indonesia 'haram' masuk Malaysia, penerbangan ditutup?*. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200908161545-4-185284/orang-indonesia-haram-masuk-malaysia-penerbangan-ditutup>
- Aranditio, S. (2020). Kominfo: Ada 686 hoaks Corona, paling bahaya di WhatsApp Group. *Suara.com*. Diakses dari <https://www.suara.com/news/2020/05/13/133732/kominfo-ada-686-hoaks-corona-paling-bahaya-di-whatsapp-group>
- Arkadia Digital Media. (n.d.). *Financial report 2019*. Diakses dari <https://arkadiacorp.com/financial-report-2019>
- Artha Sekuritas. (n.d.). *Sejarah perusahaan*. Diakses dari <https://arthasekuritas.com/id/sejarah.php>
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Profil Penduduk Indonesia Hasil SUSPAS 2015*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/publication/2016/11/30/63daa471092bb2cb7c1fada6/profil-penduduk-indonesia-hasil-supas-2015.html>
- Barra. (2019). KBBI: Difabel adalah penyandang cacat. *Newsdifabel.com*. Diakses dari <https://www.newsdifabel.com/kbbi-difabel-adalah-penyandang-cacat/>
- Bogdan, R., DeVault, M. L., & Taylor, S. J. (2016). *Introduction to qualitative research methods: A guidebook and resource* [4th ed.]. Diakses dari <https://bookos-z1.org/>
- Brooks, B. S., Kennedy, G., Moen, D. R., & Ranly, D. (2014). *News reporting and writing* [11th ed.]. Diakses dari <https://bookos-z1.org/>
- Celine. (2020). *Lagi Viral!! Orang Indonesia 'haram' masuk Malaysia, penerbangan ditutup!*. Diakses dari <https://www.tribunnetizen.news/2020/09/lagi-viral-orang-indonesia-haram-masuk.html>
- Darminto, R. P. (2017). *Fungsi media online dan manfaatnya bagi pengembangan pesan dakwah kepada publik: Studi media online di Lampung*. Diakses dari http://repository.radenintan.ac.id/3144/1/SKRIPSI_PURWO.pdf
- Detiknews. (2019). *Detikcom terbang lebih tinggi bersama PT Trans Digital Media*. Diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-4409304/detikcom-terbang-lebih-tinggi-bersama-pt-trans-digital-media>
- Devega, e. (2017). Teknologi masyarakat indonesia: Malas baca tapi cerewet di medsos. *Kominfo.go.id*. Diakses dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media
- Dewan Pers. (2017). *Etika: Menjaga dan melindungi kemerdekaan Pers*. Diakses dari <https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buletin/646-AGUSTUS%202017.pdf>

- Din & Dal. (2020). Virus Corona masuk Indonesia, netizen serukan jangan panik. *Cnnindonesia.com*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200303141434-192-480096/virus-corona-masuk-indonesia-netizen-serukan-jangan-panik>
- Dis & Sur. (2020). 99 Hoaks Corona diusut, motif iseng hingga kecewa pemerintah. *Cnnindonesia.com*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200429150004-20-498504/99-hoaks-corona-diusut-motif-iseng-hingga-kecewa-pemerintah>
- Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., Kelly, K., & Lister, M. (2009). *New media: A critical introduction* [2nd Ed.]. Diakses dari <https://bookos-z1.org/>
- Fatmawati & Handayani, B. (2019). Fenomenologi literasi media pada remaja di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 3(1), 12-22. Diakses dari <http://ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id/index.php/rk/article/download/38/26>
- Fitriyarni, I. (2016). Literasi media pada mahasiswa prodi ilmu komunikasi Universitas Mulawarman. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 51-67. Diakses dari <https://journal.untar.ac.id/>
- FZN. (2019). *Goenawan Mohamad dukung Jokowi dan PSI*. Diakses dari <https://www.medcom.id/pemilu/news-pemilu/eN4OBZWK-goenawan-mohamad-dukung-jokowi-dan-psi>
- Goodin, E., Mulraney, F., & Smith J. (2020). *Trump's positive tweet despite reports he is having 'trouble breathing' after being airlifted to hospital for COVID treatment with remdesivir and experimental antibodies after recording video message and giving thumbs up to press*. Diakses dari <https://www.dailymail.co.uk/news/article-8800117/Donald-Trump-taken-Walter-Reed-hospital-COVID-treatment.html>
- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. Diakses dari <https://bookos-z1.org/>
- Ignatius, H. T., Mardjianto, FX. L. & Prestianta, A. M. (2018). Meta analisis platform media digital ramah penyandang disabilitas. *Jurnal Lugas*, 2(2), 69-80. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/330025300_META_ANALISIS_PLATFORM_MEDIA_DIGITAL_RAMAH_PENYANDANG_DISABILITAS
- Jabar Ekspres. (2019). *Pentingnya literasi digital untuk disabilitas*. Diakses dari <https://jabarekspres.com/2019/pentingnya-literasi-digital-untuk-disabilitas/3/>
- Johnston, D. D., & Vanderstoep, S. W. (2009). *Research methods for everyday life : Blending qualitative and quantitative approaches*. Diakses dari: <https://bookos-z1.org/>
- Kaparino, Y. (2020). Dewan Pers: Sudah 511 media massa yang terverifikasi faktual. *Rmol.id*. Diakses dari <https://politik.rmol.id/read/2020/01/09/416814/dewan-pers-sudah-511-media-massa-yang-terverifikasi-faktual>.
- KBBI. (n. d.) *Berita*. Diakses dari <https://kbbi.web.id/berita>
- KBBI. (n. d.) *Cacat*. Diakses dari <https://kbbi.web.id/cacat>
- KBBI. (n. d.) *Difabel*. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/difabel>
- KBBI. (n. d.) *Disabilitas*. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/disabilitas>
- Lexico. (n. d.) *Bias*. Diakses dari <https://www.lexico.com/definition/bias>

- Littlejohn, S. W. (2002). *Theories of human communication*. USA: Wadsworth – Thomson Learning.
- Livingstone, S. (2004). What is media literacy?. *LSE Research Online*. Diakses dari [http://eprints.lse.ac.uk/1027/1/What_is_media_literacy_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/1027/1/What_is_media_literacy_(LSERO).pdf)
- McQuail, D. (2010). *Mass communication theory* [6th ed]. Diakses dari <https://bookos-z1.org/>
- MediaCentre. (2018). Publik perlu media terverifikasi. *Dewan Pers*. Diakses dari https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/161/Publik_Perlu_Media_Terverifikasi
- Muhaimin. (2020). *Ahli Virus China melarikan diri ke AS, Klaim Beijing menutup-nutupi Corona*. Diakses dari <https://international.sindonews.com/read/98568/42/ahli-virus-china-melarikan-diri-ke-as-klaim-beijing-menutup-nutupi-corona-1594559248?showpage=all>
- Neuman, L. W. (2010). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* [7th ed.]. Diakses dari <https://bookos-z1.org/>
- Nilawaty, C. (2019). Sebaiknya sebut penyandang disabilitas, bukan difabel, sebab.... *Tempo.co*. Diakses dari <https://difabel.tempo.co/read/1168295/sebaiknya-sebut-penyandang-disabilitas-bukan-difabel-sebab/full&view=ok>
- Nilawaty, C. (2020). Teman Tuli desak akses informasi tentang Wabah Corona. *Tempo.co*. Diakses dari <https://difabel.tempo.co/read/1322642/teman-tuli-desak-akses-informasi-tentang-wabah-corona>
- Ningrum, D.A. (2018). *4 Nama baru muncul dalam timses Jokowi*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/politik/4-nama-baru-muncul-dalam-timses-jokowi.html?page=5>
- Nugraheny, D. E. (2020). Mafindo: Dalam 2 bulan, ada 100 informasi hoaks soal corona di Indonesia. *Kompas.com*. Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/09/14071361/mafindo-dalam-2-bulan-ada-100-informasi-hoaks-soal-corona-di-indonesia?page=1>
- Nugroho, T. (2018). *Perseteruan Tommy Soeharto dan BaBe berakhir damai*. Diakses dari <https://kumparan.com/kumparannews/perseteruan-tommy-soeharto-dan-babe-berakhir-damai/full>
- Pengertian jurnalistik. (n.d.) Diakses dari http://file.upi.edu/Direktori/FPBS/JUR._PEND._BHS._DAN_SASTRA_INDONESIA/196401221989031-KHOLID_ABDULLAH_HARRAS/Bahan2_Kuliah/Makalah/Pengertian%20Jurnalistik2x.pdf
- Permata, A. Y. (2018). *Literasi media terhadap berita pada heavy user media sosial Line Today: Studi pada mahasiswa heavy user di Universitas Lampung*. Diakses dari <http://digilib.unila.ac.id/>
- Potter, J. (2019). *Media literacy*. Diakses dari <https://bookos-z1.org/>
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam penelitian kualitatif*. Diakses dari <http://repository.uin-malang.ac.id/1133/>

- Rahmi, R. (2020). Apresiasi dan kendala Juru Bahasa Isyarat di konferensi pers Covid-19. *Solider.id*. Diakses dari <https://www.solider.id/baca/5810-apresiasi-kendala-juru-bahasa-isyarat-konferensi-pers-covid19>
- Rahmi, R. (2020). Pengabaian negara terhadap hak informasi bagi Tuli terkait Wabah Covid-19. *Solider.id*. Diakses dari <https://www.solider.id/baca/5775-pengabaian-negara-terhadap-hak-informasi-tuli-terkait-wabah-covid19>
- Rakhmat, J. (2012). *Metode penelitian komunikasi: Dilengkapi contoh analisis statistik*. Bandung, Indonesia: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Restendy, M. S. (2016). Daya tarik jurnalistik, pers, berita dan perbedaan peran dalam news casting. *Jurnal al-Hikmah*, 4(2), 1-12. Diakses dari <http://jurnal.staiba.ac.id/index.php/Al-Hikmah/article/download/13/11>
- Rich, C. (2010). *Writing and reporting news: A coaching method* [6th ed.]. Diakses dari <https://bookos-z1.org/>
- Rijali, A. (2018). Analisis data kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), 81-95. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/331094976_ANALISIS_DATA_KUALITATIF
- Romli, A. S. (2012). *Jurnalistik online*. Diakses dari https://www.academia.edu/7339029/Jurnalistik_Online_-_Jurnalistik_Masa_Depan
- Setiawan, N. (2005). *Teknik Sampling*. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/324029597_TEKNIK_SAMPLING_DALAM_PENELITIAN
- Silverblatt, A., Smith, A., Miller, D., Smith, J., & Brown, N. (2014). *Media literacy: Keys to interpreting media messages* [4th Ed]. Diakses dari <https://bookos-z1.org/>
- Sugianto, D. (2020). *Trump Positif COVID-19, IHSG-Rupiah kena getahnya*. Diakses dari <https://finance.detik.com/bursa-dan-valas/d-5198010/trump-positif-covid-19-ihsg-rupiah-kena-getahnya>
- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun proposal penelitian kualitatif: skripsi dan tesis*. Yogyakarta, Indonesia: Suaka Media.
- Sugiharto, R. T. (2019). *Panduan menjadi jurnalis profesional*. Yogyakarta, Indonesia: Araska.
- Sukses, A. (2020). Takut dibunuh, ahli virus China kabur ke AS: Saya bersaksi Covid-19 hasil persekongkolan jahat. *BeritaViral*. Diakses dari <https://beritaviral-lagi.blogspot.com/2020/07/takut-dibunuh-ahli-virus-china-kabur-ke.html>
- Suwartono. (2014). *Dasar-dasar metodologi penelitian*. Yogyakarta, Indonesia: Andi Offset.
- Tempo Media Group. (n.d.). *Tempo Media Group*. Diakses dari <https://korporat.tempo.co.id/tentang>
- Tempo.co. (n.d.). *Cek fakta*. Diakses dari <https://cekfakta.tempo.co/metodologi>
- Tim detikcom – detikNews. (2020). Informasi tentang Corona satu pintu, pemerintah luncurkan situs COVID-19. *Detik.com*. Diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-4943936/informasi-tentang-corona-satu-pintu-pemerintah-luncurkan-situs-covid-19>
- Tim Portal Jember. (2020). *Mengerikan, Donald Trump 'tak bisa nafas' setelah dirawat di rumah sakit militer Walter Reed*. Diakses dari <https://portaljember.pikiran->

rakyat.com/internasional/pr-16795709/mengerikan-donald-trump-tak-bisa-nafas-setelah-dirawat-di-rumah-sakit-militer-walter-reed

University of Florida. (2015). *Making a newspaper*. Diakses dari <http://edis.ifas.ufl.edu/pdffiles/4H/4H28000.pdf>

Ward, M. (2002). *Journalism Online*. Diakses dari <https://bookos-z1.org/>

West, R., & Turner, L. H. (2010). *Introducing communication theory: Analysis and application* [4th ed.]. Diakses dari <https://bookos-z1.org/>

Wicaksono, (2020). Komunitas wirausaha difabel yogyakarta sumbang APD buatan sendiri. *Tempo.co*. Diakses dari <https://difabel.tempo.co/read/1339866/komunitas-wirausaha-difabel-yogyakarta-sumbang-apd-buatan-sendiri>

Wicaksono. (2020). *Darurat Covid-19 di Yogyakarta sampai 31 Oktober 2020: Jogja untuk Jogja*. Diakses dari <https://travel.tempo.co/read/1391838/darurat-covid-19-di-yogyakarta-sampai-31-oktober-2020-jogja-untuk-jogja>

Wijana, E. P. E. (2020). *Klaster Soto Lamongan, pembeli tak makan di tempat juga positif Covid-19*. Diakses dari <https://jogja.suara.com/read/2020/09/09/080549/klaster-soto-lamongan-pembeli-tak-makan-di-tempat-juga-positif-covid-19?page=all>

LAMPIRAN 1
DOKUMENTASI WAWANCARA



Wawancara 1 di Taman Asmukita (6 September 2020)



Wawancara 2 di Rumah Informan (3 Oktober 2020)

LAMPIRAN 2

BERITA 1

Komunitas Wirausaha Difabel Yogyakarta Sumbang APD Buatan Sendiri

Reporter: Pribadi Wicaksono (Kontributor)

Editor: Rini Kustiani

Kamis, 7 Mei 2020 20:01 WIB



Foto: Pengurus Koperasi Simpan Pinjam Bangun Akses Kemandirian atau KSP BANK Difabel saat datang ke Kompleks Kepatihan Yogyakarta dan menyumbangkan alat pelindung diri (APD) produksi mereka untuk Gugus Tugas Penanganan Covid-19.

TEMPO | Pribadi Wicaksono

TEMPO.CO, Yogyakarta - Kelompok wirausaha penyandang disabilitas yang terhimpun dalam Koperasi Simpan Pinjam Bangun Akses Kemandirian atau KSP Bank Difabel, memberikan bantuan untuk penanganan wabah corona di Yogyakarta.

Dengan mengendarai sepeda motor khusus yang sudah dimodifikasi, perwakilan kelompok wirausaha difabel yang berbasis di Kecamatan Ngaglik,

Kabupaten Sleman, Yogyakarta, itu datang ke Kompleks Kantor Gubernur Kepatihan Yogyakarta. Mereka menyerahkan seribu masker kain dan 50 baju hazmat yang mereka produksi sendiri kepada Ketua Gugus Tugas Penanganan Covid-19 DI Yogyakarta, Paku Alam X.

"Di sela mengerjakan pesanan alat pelindung diri atau APD dari berbagai pihak, kami berinisiatif membuat baju dan masker khusus untuk disumbangkan pada gugus tugas Covid-19 DI Yogyakarta," ujar Ketua KSP Bank Difabel, Kuni Fatonah, Rabu 6 Mei 2020. Sejak ada kasus infeksi virus corona, dia mengatakan, pengurus koperasi langsung bergerak menginventarisir apa yang bisa dilakukan.

Sebelum pandemi Covid-19 melanda, ada anggota koperasi yang bekerja sebagai perajin, pedagang, dan wirausaha lain. Namun setelah wabah melanda dan kondisi perekonomian melambat, para anggota itu turut kehilangan penghasilan. Koperasi kemudian mulai memproduksi APD untuk dijual dan disumbangkan.

Dari 65 anggota koperasi, 15 orang di antaranya mampu membuat alat pelindung diri atau APD yang dibutuhkan tenaga medis. APD yang dibuat antara lain baju hazmat, masker, dan lainnya. Dari situ diatur siapa yang bertugas memotong pola, menjahit, sampai mengemas. Dalam dua pekan, mereka bisa membuat 800 buah APD.

Kuni menceritakan, awalnya memang tak mudah membuat APD sendiri. Mereka kesulitan mendapatkan bahan baku karena banyak juga yang membutuhkan. "Kami bergerak mencari bahan baku ke berbagai tempat, lalu memesan lebih dulu agar tidak dibeli orang lain," kata dia.

Keuntungan dari pembuatan APD ini, menurut dia, tidak seberapa. Namun setidaknya bisa menjadi pemasukan perajin di masa pandemi. Adapun upah untuk pembuatan APD sekitar Rp 25 ribu untuk setiap set-nya.

Pendamping KSP Bank Difabel Bangun Akses Kemandirian, Ahmad Ma'ruf menuturkan, sejumlah bahan baku APD yang diproduksi sebagian berasal dari kain perca. "Untuk APD yang kami sumbangkan ke gugus tugas DI Yogyakarta sudah dipilah sesuai kebutuhan di lapangan," ujarnya.

Ketua Gugus Tugas Penanganan Covid-19 DI Yogyakarta, Paku Alam X yang juga Wakil Gubernur DI Yogyakarta, mengapresiasi bantuan dari kelompok wirausaha difabel itu. "Komunitas penyandang disabilitas juga menjadi elemen penting dalam upaya mengedukasi masyarakat, khususnya soal penanganan dan pencegahan Covid-19," ujar Paku Alam.

LAMPIRAN 3

BERITA 2

BeritaViral Senin, 27 Juli 2020

Home › viral

Takut Dibunuh, Ahli Virus China Kabur ke AS: Saya Bersaksi Covid-19 Hasil Persekongkolan Jahat



Admin Sukses
Jumat, 17 Juli 2020 | Juli 17, 2020



Komentar
0



Li-Meng Yan, dokter China yang berspesialisasi dalam virologi dan imunologi di Hong Kong School of Public Health, melarikan diri ke Amerika Serikat (AS) sejak 28 April lalu. Ahli virus ini menuduh pemerintah negaranya menutup-nutupi virus corona baru penyebab Covid-19.

Beberapa jam sebelum dia naik pesawat Cathay Pacific 28 April ke Amerika Serikat, dokter terkemuka ini telah merencanakan pelariannya, mengemas tasnya dan menyelipkan melewati sensor dan kamera video di kampusnya di Hong Kong.

Dia saat itu sudah membawa paspor dan dompetnya dan akan meninggalkan semua orang yang dicintainya. Jika dia tertangkap, dia tahu dia bisa dijebloskan ke penjara, atau, lebih buruk lagi, menjadikan dirinya salah satu dari "orang yang hilang".

Yan mengatakan kepada Fox News dalam sebuah wawancara eksklusif bahwa dia percaya pemerintah China tahu tentang virus corona jauh sebelum mengklaim itu. Dia mengatakan atasannya, yang terkenal sebagai beberapa ahli top di lapangan, juga mengabaikan penelitian yang dia lakukan pada awal pandemi yang dia percaya bisa menyelamatkan nyawa manusia.

Hingga saat ini virus corona masih menjadi misteri, pasalnya kabar apakah virus itu dibentuk dari alam atau buatan manusia hingga kini belum terjawab. Namun banyak sebagian ahli berpendapat bahwa virus ini buatan manusia.

Seperti dilansir dari Fox News (11/7/2020), hal inilah yang turut diungkap Dr. Li-Meng Yan seorang virologi lulusan Universitas Hongkong yang melakukan penelitian virus dan berhasil melarikan diri ke Amerika Serikat.

Li-Meng Yan mengaku pernah bertugas di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Hongkong, laboratorium tempat ia bekerja adalah salah satu laboratorium terbaik di dunia untuk penelitian virus pneumonia Wuhan. Dalam wawancaranya dengan Fox News ia mengungkapkan sejumlah kebenaran yang menakutkan.

"Alasan saya datang ke AS adalah karena saya menyampaikan pesan kebenaran Covid," katanya kepada Fox News dari lokasi yang dirahasiakan.

Dia menambahkan bahwa jika dia mencoba menceritakan kisahnya di China, dia "akan menghilang dan dibunuh."

Kisah Yan dengan klaim yang luar biasa tentang virus corona yang ditutup-tutupi di tingkat tertinggi pemerintahan bisa mengekspos dorongan obsesif Presiden Xi Jinping dan Partai Komunis China-nya untuk mengendalikan narasi coronavirus, yakni apa yang diketahui China, kapan diketahui dan apa informasi yang diedit yang dijajakan ke seluruh dunia.

"Pemerintah China menolak untuk membiarkan para ahli di luar negeri, termasuk yang di Hong Kong, melakukan penelitian di China," katanya. "Jadi saya menoleh ke teman-teman saya untuk mendapatkan informasi lebih lanjut."

Yan memiliki jaringan kontak profesional yang luas di berbagai fasilitas medis di China daratan, yang telah tumbuh dan menyelesaikan banyak studinya di sana. Dia mengatakan itu adalah alasan tepat dia diminta untuk melakukan penelitian semacam ini, terutama pada saat dia mengatakan timnya tahu mereka tidak mendapatkan seluruh kebenaran dari pemerintah.

Seorang teman, seorang ilmuwan di Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (CDC) di China, memiliki pengetahuan tangan pertama dari kasus-kasus tersebut dan dilaporkan mengatakan kepada Yan pada 31 Desember tentang penularan virus dari manusia ke manusia jauh sebelum China atau WHO mengakui penyebaran semacam itu mungkin terjadi.

Beberapa hari kemudian, pada 9 Januari 2020, WHO justru mengeluarkan pernyataan virus tidak menular dari manusia ke manusia; "Menurut pihak berwenang China, virus tersebut dapat menyebabkan penyakit parah pada beberapa pasien dan tidak mudah menular di antara orang-orang...Ada informasi terbatas untuk menentukan risiko keseluruhan cluster yang dilaporkan ini," isi pernyataan WHO.

Yan frustrasi, tetapi tidak terkejut.

"Saya sudah tahu itu akan terjadi karena saya tahu korupsi di antara organisasi internasional seperti WHO kepada pemerintah China, dan Partai Komunis China," katanya. "Jadi pada dasarnya...saya menerimanya tetapi saya tidak ingin informasi yang menyesatkan ini menyebar ke dunia."

WHO dan China selama ini membantah keras klaim telah menutup-nutupi virus corona.

Kedutaan Besar China di Amerika Serikat mengatakan kepada Fox News bahwa mereka tidak tahu siapa Yan dan menegaskan China telah menangani pandemi secara heroik.

"Kami belum pernah mendengar tentang orang ini," bunyi pernyataan Kedubes China yang di-email tersebut.

"Pemerintah China telah merespons Covid-19 dengan cepat dan efektif sejak wabahnya. Semua upayanya telah didokumentasikan dengan jelas dalam buku putih 'Fighting COVID-19: China in Action' dengan transparansi penuh. Fakta menunjukkan semuanya," klaim Kedubes China.

WHO juga terus membantah melakukan kesalahan selama hari-hari awal virus.



WHO juga terus membantah melakukan kesalahan selama hari-hari awal virus.

Kementerian Luar Negeri China dan para ilmuwan yang dituduh Yan telah dihubungi Fox News untuk dimintai komentar. Namun, sejauh ini belum merespons.

Yan mengatakan dia akan terus berbicara—tetapi tahu ada target di punggungnya.

[Video - Liputan Fox News]

LAMPIRAN 4

BERITA 3

Darurat Covid-19 di Yogyakarta Sampai 31 Oktober 2020: Jogja untuk Jogja

Reporter: Pribadi Wicaksono (Kontributor)

Editor: Rini Kustiani

Kamis, 1 Oktober 2020 09:30 WIB



Wisatawan memadati wilayah Malioboro pada Rabu, 1 Januari 2020. TEMPO/Pribadi Wicaksono

TEMPO.CO, Yogyakarta - Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Sri Sultan Hamengku Buwono X memutuskan memperpanjang status tanggap darurat bencana Covid-19 untuk kelima kalinya. Saat ini, status tanggap darurat Covid-19 di DI Yogyakarta berlaku hingga 31 Oktober 2020.

Pemerintah Kota Yogyakarta menganggap perpanjangan status darurat Covid-19 ini membuat pemulihan sektor ekonomi dan penanganan kesehatan berjalan efektif. Kendati sektor pariwisata sebagai ujung tombak perekonomian Yogyakarta pada September 2020 kian menggeliat, perpanjangan status darurat tersebut tidak mempengaruhi laju kebangkitan sektor wisata.

Ketua Harian Gugus Tugas Penanganan Covid-19 Kota Yogyakarta, Heroe Poerwadi mengatakan pemerintah Kota Yogyakarta mampu menjalankan dua kayuh, yakni pemulihan ekonomi dan kesehatan secara bersamaan. "Percepatan penanganan di sektor kesehatan tidak serta-merta mengorbankan upaya pemulihan ekonomi Yogyakarta yang selama setengah tahun terakhir mati suri akibat

anjloknya kunjungan wisata dan terganggunya sektor pendidikan," kata Heroe yang juga Wakil Wali Kota Yogyakarta pada Rabu, 30 September 2020.

Heroe Poerwadi menuturkan perpanjangan masa tanggap darurat bencana Covid-19 penting demi menjamin percepatan penanganan kasus Covid-19. Musababnya, di DI Yogyakarta kasus itu bertambah masif penularannya selama dua bulan terakhir, yakni Agustus dan September hingga total akumulasi 2.643 kasus termasuk yang muncul di kawasan wisata Malioboro.



Wakil Wali Kota Yogyakarta Heroe Poerwadi (kanan) menyerahkan stiker tanda verifikasi kelayakan operasional bagi hotel yang dinilai telah patuh menerapkan protokol Covid-19 di lokasi usahanya. TEMPO/Pribadi Wicaksono

Mengenai pemulihan ekonomi saat pandemi Covid-19, pemerintah DI Yogyakarta dan seluruh kabupaten/kota di Yogyakarta bersepakat menggenjot program Jogja untuk Jogja dan Jogja untuk semua. Artinya sektor pariwisata akan mulai menggeliat dari kunjungan wisatawan lokal dan dari daerah di sekitar Provinsi DI Yogyakarta.

Upaya ini dibarengi dengan penanganan kesehatan bagi mereka yang terinfeksi Covid-19. Setelah situasi aman, baru Yogyakarta benar-benar membuka diri untuk wisatawan luar. "Sampai sekarang kami masih mengutamakan Jogja untuk Jogja, belum bisa mengundang wisatawan dari luar kota," ujar Heroe Poerwadi.

Memang tak mudah bagi Kota Yogyakarta jika hanya mengandalkan wisatawan lokal dalam pemulihan ekonomi, khususnya di sektor pariwisata. Terlebih Kota Yogyakarta tak punya destinasi wisata alam seperti kabupaten di sekitarnya. Sebab itu, Kota Yogyakarta memilih membuat jalur wisata sepeda yang konsepnya dibuat melintasi perkampungan yang unik.

"Kami memanfaatkan tren bersepeda di Kota Yogyakarta yang sedang naik daun," kata Heroe Poerwadi. "Jika para pesepeda itu dapat diarahkan untuk melintasi kampung-kampung, maka terbuka peluang meningkatkan ekonomi masyarakat di sana."



Tebing Breksi, salah satu objek wisata di Yogya yang sudah buka kembali menerima wisatawan sejak Juli. TEMPO/Pribadi Wicaksono

Kota Yogyakarta sempat 'dihajar' dengan rentetan kasus Covid-19 selama Agustus sampai September 2020. Tak hanya di kawasan wisata Malioboro, tapi juga di daerah yang terkenal dengan wisata heritage-nya yakni Kelurahan Kotabaru, kawasan wisata belanja batik di Pasar Beringharjo sampai sentra kuliner Warung Soto Lamongan yang lokasinya berdekatan dengan wahana wisata XT Square.

Kepala Dinas Pariwisata DI Yogyakarta, Singgih Rahardjo menuturkan sejauh ini di masa pandemi, DI Yogyakarta menempati peringkat pertama daerah di Pulau Jawa dengan jumlah kunjungan wisatawan tertinggi. Menyusul Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, dan DKI Jakarta.

Pergerakan wisatawan yang terpantau akhir pekan lalu atau pada Jumat dan Sabtu, 25 - 26 September 2020 mencapai 19 ribu orang. Keesokan harinya atau pada =Minggu, 27 September 2020 melonjak menjadi 39 ribu wisatawan yang datang ke Provinsi DI Yogyakarta.

Dinas Pariwisata DI Yogyakarta memantau pergerakan wisatawan melalui aplikasi Visiting Jogja yang dapat mendeteksi aktivitas di 91 destinasi wisata di Yogyakarta. Titik favorit kunjungan wisatawan adalah wisata alam, seperti di Hutan Pinus Pengger, Pantai Baron, Pantai Parangtritis, Tebing Breksi, dan Puncak Becici.

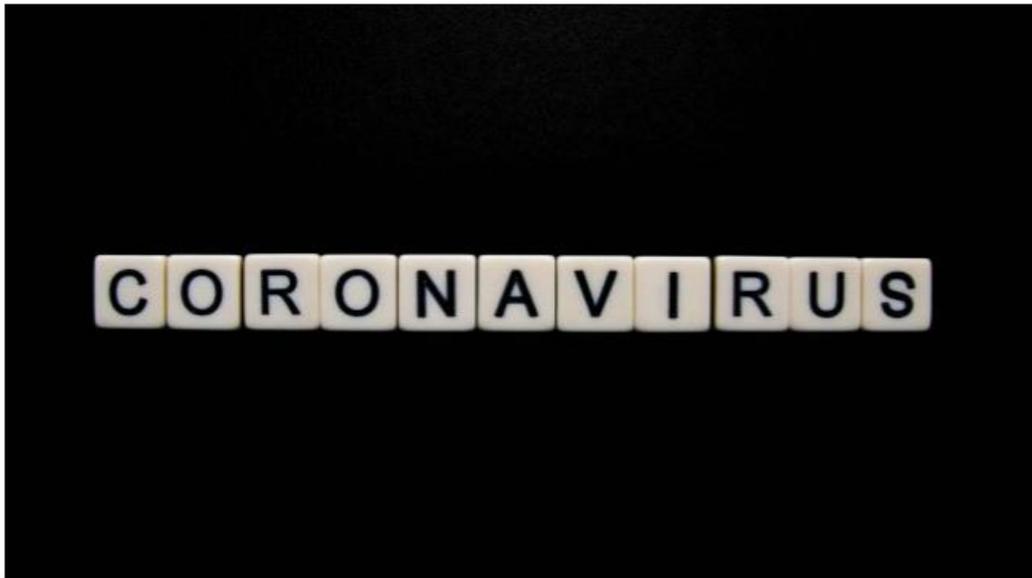
LAMPIRAN 5

BERITA 4

Klaster Soto Lamongan, Pembeli Tak Makan di Tempat Juga Positif Covid-19

Eleonora Padmasta Ekaristi Wijana

Rabu, 09 September 2020 | 08:05 WIB



Ilustrasi Virus Corona [Unsplash/Glen Carrie]

SuaraJogja.id - Muncul penambahan kasus Covid-19 di Kota Yogyakarta dari klaster soto Lamongan.

Bahkan di antara pasien yang terpapar corona tersebut, ada yang tidak makan di tempat alias membungkus makanan untuk dibawa pulang.

Ketua Harian Gugus Tugas Penanganan Covid-19 Kota Jogja Heroe Poerwadi menyebutkan, pada Selasa (8/9/2020) empat pembeli soto dinyatakan positif Covid-19. Sebelumnya sudah ada satu yang terinfeksi.

"Jadi dari 15 pembeli yang di-swab, lima di antaranya adalah positif, dan 10 negatif," terangnya.

Tambahan ini membuat jumlah total pasien Covid-19 dari klaster soto Lamongan makin membengkak hingga mencapai 20 orang.

Diberitakan HarianJogja.com -- jaringan SuaraJogja.id, dari tambahan pembeli yang positif, dua di antaranya pegawai Pemkot Jogja.

Heroe menambahkan, ada fakta cukup mengejutkan di lapangan-- di antara pembeli yang positif, ada warga yang membeli soto untuk dibungkus dan dibawa pulang, tetapi tetap terpapar Covid-19.

Sementara, empat pembeli lain memang menyantap soto di tempat.

Fakta ini memperkuat bagaimana penularan bisa terjadi melalui sentuhan benda-benda.

"Jadi penukaran bisa terjadi dari benda-benda yang bisa saling disentuh, baik dari piring, mangkok, dan gelas, bahkan plastik pembungkus soto yang dimakan di rumah," tegas Heroe.

Ia pun menegaskan kembali bahwa protokol Covid-19 di rumah makan, warung, resto, dan kafe juga harus memperhatikan peralatan yang berpotensi disentuh secara bergantian.

Selain itu, belum selesai tracing dari beberapa kasus sebelumnya, kasus baru muncul dari Kotabaru.

"Semula dari seorang lelaki dan kemudian menularkan kepada seorang Lurah dan Kasat Linmas Kelurahan," ujarnya.

Akibat kasus Kotabaru dan klaster soto Lamongan, ada dua ASN dan dua tenaga teknis Pemkot Jogja terpapar Covid-19.

"Dua karena kasus Kotabaru dan dua dari pembeli soto Lamongan, sedangkan enam pembeli soto Lamongan dari ASN, hasil swabnya negatif," jelas Heroe.

LAMPIRAN 6

BERITA 5

Trump Positif COVID-19, IHSG-Rupiah Kena Getahnya

Danang Sugianto - detikFinance

Sabtu, 03 Okt 2020 08:30 WIB



Jakarta - Pengumuman Presiden Amerika Serikat (AS) Donald Trump positif COVID-19 sempat mengguncang pasar keuangan. Efeknya pun terasa sampai Indonesia.

Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) kemarin, Jumat (2/10) ditutup di zona merah. IHSG melemah hingga nyaris 1% ke level 4.926.

Pada pra pembukaan perdagangan Jumat (2/10/2020), IHSG melemah tipis sebelum akhirnya turun 1,6 poin (0,03%) ke level 4.968 saat dibuka.

IHSG kemudian bergerak makin dalam ke bawah setelah turun hingga 19 poin (0,38%) pada pukul 09.05 JATS. Indeks LQ45 turun 4 poin ke 756.

Hingga sore, IHSG berkurang 43 poin (0,87%) ke 4.926. Sedangkan indeks LQ45 turun 10 poin (1,34%) ke 750. Pelemahan IHSG sore ini didorong oleh sektor Infrastructure (-2.25%) dan Agriculture (-1.24%).

Mengutip Artha Sekuritas, pelemahan IHSG juga didorong oleh kecemasan investor setelah ada kabar bahwa presiden Amerika Serikat Donald Trump positif COVID-19. Investor melihat ini akan mempengaruhi kondisi politik dan ekonomi di Amerika Serikat.

Jumat pagi (2/10) The Greenback sempat melemah, tapi siang harinya menguat terhadap rupiah. Bergerak naik turun bak kuda liar.

Hingga pukul 13.00 WIB Jumat siang, dolar AS berada di level Rp 14.850. Menguat sekitar 0,2% setelah pagi tadi sempat melemah.

Sebelumnya tukar dolar Amerika Serikat (AS) terhadap rupiah ada di level Rp 14.765. Angka tersebut tercatat berkurang 184 poin (1,17%).

Jika dibandingkan sepekan terakhir, dolar AS tercatat kalah unggul 0,8% terhadap rupiah. Secara bulanan, dolar AS masih unggul 0,22%.

Selain sempat melemah terhadap rupiah, dolar AS juga sempat melemah terhadap dolar Hong Kong dan dolar Australia. Namun mata uang Paman Sam masih unggul terhadap mata uang dunia lainnya.

LAMPIRAN 7

BERITA 6

Mengerikan, Donald Trump 'Tak Bisa Nafas' Setelah Dirawat di Rumah Sakit Militer Walter Reed

Tim Portal Jember 07 - 3 Oktober 2020, 12:33 WIB



Presiden AS Donald Trump /tim indobalnews2/AFP

PORTAL JEMBER - Keadaan Donald Trump setelah dikabarkan positif Covid-19 semakin mengkhawatirkan karena alami sesak napas.

Berita ini disampaikan langsung oleh penasihat Presiden Amerika Serikat. Pihaknya menyampaikan Donald Trump dalam keadaan yang serius.

Keadaan Donald Trump yang semakin mengkhawatirkan ini diketahui setelah ia dipindahkan ke Rumah Sakit Militer Walter Reed pada Jumat malam setelah dites positif Covid-19.

"Ini serius, Trump sangat, sangat lelah," ucapnya.

Namun, keadaan Donald Trump yang sedang mengkhawatirkan ini seakan tak boleh diketahui publik. Hal ini terlihat dari respon Gedung Putih yang tetap tutup mulut.

Seperti yang diberitakan Pikiran Rakyat Bekasi dalam artikel "Gawat! Donald Trump Alami 'Kesulitan Bernapas' Usai Dipindahkan ke Rumah Sakit Militer

Walter Reed", Gedung Putih tetap bersikeras bahwa presiden mereka, Donald Trump, dalam keadaan baik-baik saja meski telah terjangkit Covid-19.

Sedangkan para pejabatnya mengatakan bahwa kondisi Donald Trump saat ini jauh lebih parah dari sang Ibu Negara Melania Trump.

Gedung Putih menegaskan bahwa meskipun lelah tetapi kondisinya tidak memburuk dan masyarakat tidak perlu khawatir.

Terlihat dari video yang telah beredar, Donald Trump memberikan 'jempol' saat dia berjalan dari Gedung Putih ke Marine One untuk diterbangkan ke rumah sakit pada Jumat malam waktu setempat.

Dia juga melambaikan tangannya kepada wartawan di South Lawn tetapi tidak berbicara sama sekali saat berjalan ke Marine One. Donald Trump juga berjalan sendiri tanpa bantuan apapun.

Kepala Staf Mark Meadows ikut bersamanya. Terlihat beberapa staf senior Gedung Putih, termasuk sekretaris pers Kayleigh McEnany, berada di halaman untuk menyaksikan kepergian sang presiden.

Donald Trump berjalan perlahan menuruni tangga Marine One ketika dia tiba di halaman rumah sakit setelah perjalanannya selama 15 menit.

Dia kemudian lalu masuk ke dalam iring-iringan mobil yang telah menunggu untuk perjalanan singkatnya ke rumah sakit, nantinya dia akan dimasukkan ke kamar khusus presiden.

Gedung Putih mengatakan bahwa pihaknya sangat berhati-hati terhadap kondisi kesehatan Donald Trump saat ini, setelah dia mengalami demam, sesak dan batuk.

Dikutip Pikiranrakyat-Bekasi.com dari Daily Mail, Donald Trump diperkirakan akan tetap di rumah sakit selama beberapa hari, namun dia akan tetap bekerja selama di ruangan tersebut.

Dalam pesan video yang diunggah ke Twitter @realDonaldTrump, Presiden mengucapkan terima kasih kepada rakyat Amerika atas dukungan mereka pasca dirinya dinyatakan positif Covid-19.

"Saya ingin berterima kasih kepada semua orang atas dukungannya yang luar biasa. Saya akan pergi ke rumah sakit Walter Reed, saya baik-baik saja, tapi kami akan memastikan semuanya berjalan dengan lancar," ucapnya dalam klip berdurasi 18 detik tersebut.

Direktur Komunikasi Gedung Putih Alyssa Farah membenarkan bahwa Trump belum mengalihkan kekuasaannya kepada Wakil Presiden Mike Pence, meskipun saat ini dia sedang dirawat.

"Presiden sampai saat ini masih akan bertanggung jawab terhadap semua tugasnya," ucap Alyssa.

Dukungan dari pihak keluarganya pun turut membanjiri akun Twitternya.

Eric Trump sang ayah menyebutnya "pejuang sejati" dan meminta Amerika untuk bergabung dengan dirinya mendoakan kesembuhannya.

"Dia akan tetap berjuang melalui semua ini demi negaranya Amerika." ucap Eric.

Putri Trump, Ivanka juga memanggil sang ayah dengan sebutan 'pejuang' dan mengatakan, dia akan mengalahkan penyakit ini.

"Aku mencintaimu Ayah," ucap anak Donald Trump.*** (Ghiffary Zaka/ Pikiran Rakyat Bekasi)



LAMPIRAN 8

BERITA 7

Lagi Viral!! Orang Indonesia 'Haram' Masuk Malaysia, Penerbangan Ditutup!

Minggu, 13 September 2020, 1:39:00 AM



Tribunnetizen.news - Pemerintahan Malaysia mengeluarkan pernyataan resmi melarang warga negara Indonesia (WNI) masuk ke wilayahnya.

Selain Indonesia, belasan warga negara lain juga terikat dengan kebijakan pemerintah Malaysia, mulai 7 September 2020, kemarin.

Terkait hal ini, terdapat sejumlah maskapai yang tetap melayani rute penerbangan dari Indonesia ke Malaysia dan sebaliknya. Salah satunya adalah AirAsia Indonesia yang tetap mempertahankan rute-rutenya.

Setidaknya masih ada 3 rute dari Malaysia ke Indonesia, yakni Kuala Lumpur-Jakarta (KUL-CGK), Kuala Lumpur-Surabaya (KUL-SUB), dan Penang-Medan (PEN-KNO).

"AirAsia Indonesia masih melayani rute penerbangan Malaysia-Indonesia yang difokuskan untuk mengangkut Warga Negara Indonesia yang ingin kembali ke tanah air," ungkap Direktur Utama AirAsia Indonesia, Veranita Yosephine kepada CNBC Indonesia, Selasa (8/9/20).

Veranita mengatakan AirAsia Indonesia juga masih melayani warga negara lainnya yang telah mendapat pengecualian untuk masuk ke Malaysia, serta warga negara Malaysia yang ingin pulang ke Malaysia.

"AirAsia Indonesia senantiasa mentaati peraturan dan arahan otoritas dan pemerintah dalam pengoperasian penerbangannya," tegasnya.

"AirAsia Indonesia secara aktif berkoordinasi dan bekerja sama dengan pemerintah dan otoritas setempat mengenai kebijakan pengangkutan penumpang yang berlaku," lanjutnya.

Sebelumnya Malaysia mengumumkan kebijakan di atas melalui pejabat senior Malaysia, Menteri Pertahanan, Ismail Sabri, Selasa (1/9/2020) karena lonjakan kasus corona (Covid-19) di negara ini. Bukan hanya WNI, blokir juga berlaku untuk warga India dan Filipina.

Nonton Videonya disini :

- Video 1

(Tribunnetizen.news/Celine)



LAMPIRAN 9

SAMPLE TRANSKRIP WAWANCARA 1 (INFORMAN 2)

- P** Mbak terima kasih sudah datang. Maaf kalau tokonya sampe harus tutup
- N** Gapapa, gapapa
- P** Oke, nanti masih mau baca-baca dulu? Gapapa baca-baca dulu
- N** (baca sambil mengisi form)
- P** Siap ibu?
- N** Ya
- P** Sehari-hari, sebelum covid, media apa yang paling sering digunakan?
- N** Sehari-hari media apa yang paling sering digunakan (baca)
- P** Ada baca kompas? Kompas, detik, tempo, ada gak baca?
- N** Saya pake hape internet
- P** Oh internet, misalnya ?
- N** Kalo koran gak ada. Gak pernah langganan koran, sama TV jarang
- P** Ohh TV jarang
- N** Karna banyak waktu untuk kesibukan memasak terus
- P** Banyak waktu untuk kesibukan memasak, jadi TV jarang, koran gak pernah, lebih di hape. misal di hape, cek berita gimana?
- N** Soal Covid saya baca, kalau menarik, saya teruskan ke teman
- P** Ohh diteruskan ke teman
- N** Atau keluarga
- P** Oke, kalau menari diteruskan ke teman atau keluarga. Oke. Kalau Facebook, instagram, itu ada?
- N** Ada, lebih banyak facebook
- P** Oh lebih banyak facebook. Itu kenapa lebih pilih facebook?
- N** Karena untuk baca-baca aja
- P** Baca berita di facebook?
- N** Cuman baca
- P** Ohh oke
- N** Pertemanan. Cuman kalau baca informasi, jarang.
- P** Oh di facebook jarang baca?
- N** Jarang
- P** Oke. Instagram? Tidak?
- N** Tidak, hilang

- P** Oh sudah hilang, tidak pernah pakai lagi. Kalau baca berita sehari-hari dari Google atau download aplikasi?
- N** Dari whatsapp
- P** Misalnya? Ada contoh gak?
- N** Contohnya ini misalnya (nunjukin)
- P** Ohh sebentar
- N** Soalnya sering hapus, kepenuhan
- P** Oh oke, soalnya kepenuhan jadi sering dihapus. Oh ya gapapa
- P** Oke, terus dari grup, dari grup apa paling banyak info masuk?
- N** Lebih banyak informasi masuk dari apa ya
- P** Grup apa? Ada whatsapp grup apa? Contoh, ADECO, grup alumni
- N** Saat ini masalah Covid lebih banyak berita lagi viral, saya sering membaca tentang Covid
- P** Ohh oke, dari grup apa? Masuk informasinya itu masuk dari mana?
- P** Grup apa? Oh itu grup Halo Jogja Family
- N** Halo Jogja Family
- P** Yang lain apa?
- N** Kalau yang lain dari Akhir Zaman
- P** Apa itu?
- N** Akhir Zaman
- P** Grup apa isinya? Teman? Keluarga?
- N** Bukan, itu dari facebook
- P** Oh grup Facebook
- N** Saya tertarik jadi masuk
- P** Ohh oke
- N** Tidak kenal orangnya
- P** Oh tidak kenal orangnya
- N** Tapi mendaftar
- P** Ohh mendaftar. Isinya apa? Berita?
- N** Macam-macam bencana dunia
- P** Ohh bencana dunia
- N** Akhir, malaysia hujan salju, bumi meletus, pokoknya bencana-bencana dunia
- P** Jadi ada grup namanya Akhir Zaman, dia daftardari facebook, isinya kumpulan peristiwa atau bencana dunia gitu. Terus tadi kenapa pilih di Facebook? Facebook kenapa dibuka disitu tadi?
- N** Buat hiburan

- P Oh buat hiburan ya, oke. Kalau di TV itu seberapa sering? Setiap hari atau seminggu sekali?**
- N Jarang nonton
- P Ohh**
- N Karena malam sudah ngantuk, tidur, sebetulnya suka nonton
- P Ohh sebetulnya suka nonton tapi jarang, oke. Di TV satu minggu sekali, atau?dua minggu sekali?**
- N Tiap hari tapi sebentar lihat
- P Oh tiap hari tapi sebentar lihat. Itu..durasinya gak terlalu panjang. Nonton apa?**
- N Tergantung suami. Suami suka nonton sepak bola, tapi saya tidur aja. Saya buka hape.
- P Berita di TV?**
- N Jarang
- P Oh jarang nonton berita**
- N Tapi melihat sepintas, kira-kira 5 menit atau 10 menit
- P Oke**
- N Sebentar
- P Pernah lihat di google? Kompas, detik, tempo?**
- N Gak ada
- P Download aplikasi? Gak ada juga?**
- N Gak ada
- P Oh ya gak ada, oke. Terus pernah akses situs Covid Nomor 6? (baca) pernah ikuti situs pemerintah? Seberapa sering...jarang**
- P Oh jarang, tapi pernah?**
- N Mengikuti, pernah. Misalnya Jogja 500 orang sakit, masuk rumah sakit di sana itu.
- P Oh oke, pernah tapi jarang. Seminggu sekali?atau sebulan sekali?**
- N Seminggu sekali, seminggu dua kali
- P Oh seminggu sekali, seminggu dua kali. Oke. Nah, selama ini ada susah gak pas baca berita? Misal video harus ada teksnya? Ada susah gak?**
- N Pernah baca Youtube, ada tulisan saya bisa mengikuti
- P Oke**
- N Tapi kalau cuman suara, gak bisa, jadi tinggal
- P Oke, kalo Youtube harus ada tulisan baru dimengerti, kalau suara gak bisa. Kalau bahasa inggris?**

- N Gak bisa. Enggak pinter. Harus buka kamus
- P **Oh oke**
- N Gak pinter
- P **Oh oke oke, (nunjuk pertanyaan)**
- N Nomor 7? (baca)
- P **Iya 7**
- N Misalnya apa?
- P **Misalnya kalau di TV itu harus ada baahasa isyaratnya dulu atau harus ada berita jalan-jalan (teks berita singkat)**
- N Saya double. Melihat yang isyarat, kadang-kadang baca tulisan.
- P **Oh oke, baca tulisan. Oke. Perlu bantuan orang lain?**
- N (baca) perlu. Kalau saya gak bisa mengikuti tulisan atau informasi di TV, minta tolong suami yang menjelaskan
- P **Ohh kalau gak bisa ikutin informasi di TV, minta suami yang menjelaskan. Oke. Oh terus kalau yang di Internet, perlu bantuan?**
- N Kadang kadang tanya, kalau gk tau saya tanya
- P **Itu kenapa? Kenapa biasanya? Bahasanya susah?**
- N Kata-kata asing. Kenapa kok bisa terjadi, saya baru tanya, suami menjelaskan.
- P **Terus tadi, sehari-hari, berita apa saja yang diikutin? Misal fashion, covid, atau kesehatan, atau kriminal, gitu**
- N Saya biasanya covid sama kesehatan
- P **Oh biasanya covid kesehatan**
- N Soalnya saat ini sedang terjadi, jadi lebih suka mengikuti. Tapi kalau soal politik, presiden, pemerintahan, gak begitu tertarik. Olahraga enggak
- P **Oh oke, kalau kriminal? Pembunuhan?**
- N Gak begitu, gak tega liat gambar
- P **Oh gak tega liat gambar. Oke. Kalau keterampilan?**
- N Suka
- P **Keterampilan apa?**
- N Misalnya membuat makanan atau membuat prakarya, suka.
- P **Oh suka, kenapa? Buat di rumah masak?**
- N Buat pengetahuan aja, waktu luang, pengen coba
- P **Oke. Nah terus mana yang lebih sering diikutin? Berita covid atau berita lain?**
- N Sama, netral
- P **Oke sama aja ya berarti. Habis tu, ada berita tertentu yang...(baca)**

N (baca)

P **Ada tidak suka? Horror?**

N Horror. Kurang tertarik. Tapi kalau betul-betul terjadi, lagi viral, baru penasaran pengen tau baca

P **Terus, tentang kriminal, kecelakaan, pencurian? Itu suka baca?**

N Baca tapi sebentar . terutama TV liat sebentar, tapi kalau baca-baca koran gak begitu

P **Kenapa?**

N Gak tertarik

P **Gak tertarik kenapa?**

N Membosankan membaca terlalu panjang, membosankan

P **Oke, membosankan, baik. Terus tadi di Whatsapp, nomor 5 (nunjuk).**

N (baca) ya

P **Ya, tadi yang di Halo Jogja?**

N Ya

P **Oke, ADECO?**

N ADECO iya

P **Siapa yang suka kirim?**

N Lupa, Ko Keng, Sugiarto

P **Oh Pak Sugiarto, oke.**

N Bu Dita, soal kesehatan misalnya. Pakai minyak kayu putih, pakai masker

P **Oke, nah terus misal ada berita masuk, itu di cek lagi gak di google gitu ini benar apa enggak?**

N Kalau berita masuk terus?

P **Baca aja atau di kayak misalnya ragu, di cek lagi gak di google**

N Di seleksi dulu betul atau enggak. Kalau betul, saya kasih tau. Tapi kalau enggak benar, gak usah

P **Oh oke**

N Tergantung repot apa enggak.

P **Ibu pernah kirim pesan? Terusin berita ke yang lain?**

N Pernah

P **Ada contoh?**

N (nunjukin foto) ini saya kirim dalam keluarga

P **Oh oke, boleh difoto?**

N Ya

P **Oke, itu tadi grup keluarga?**

N Ya, saya kirim untuk grup keluarga

- P** **Keluarga besar?**
- N Keluarga, kakak, pokoknya satu trah
- P** **Oh Keluarga trah. Pernah bikin vlog? Tentang covid? Video vlog?**
- N Cuma 1 angkatan (nunjukin video)
- P** **Ini ibu yang buat?**
- N Bukan buat, teman yang bikin. Satu angkatan disuruh pake masker masing-masing. Terus diberin nama-nama, sudah.
- P** **Ibu ada disana?**
- N Ada
- P** **Oke. Boleh dikirim ke saya? Yang tadi?**
- N Ya. Sekarang?
- P** **Iya. Tadi kan saya kasih dua berita ini, paham gak? Pusing gak?**
- N Sedikit
- P** **Sedikit. Yang ini? Yang tempo? ini paham?**
- N Paham. Ini tentang koperasi simpan pinjam. Ada anggota 65 orang yang hanya 15 bisa membuat, APD terus menyumbang kepada Pakualam 1000 masker sama baju Hazmat 50. Ketuanya Koesning, lupa.
- P** **Oke, gapapa, gapapa**
- N Teurs, dia bilang, pada awal mencari bahan-bahan susah, cari bahan untuk buat APD susah. Tapi menghubungi tempat-tempat memesan, bayar biar gak diambil orang. Biar dapet bikin
- P** **Oke, itu tadi udah mengerti ya, kalau ini?**
- N Kalau ini, tentang Li Meng Yan. Yan itu melarikan diri ke Amerika, tanggal 28 April, karena merasa keamanan terancam sebab dia itu tau kalau pemerintah Cina merahasiakan masalah Virus penyebab Covid-19. Dia itu lari, dia itu tau sudah pemerintah Cina sudah tau tanggal berapa, tempat... (berpikir)
- P** **Oke, gapapa, gapapa**
- N Sudah tau, dia itu melapor kepada apa..belakang
- P** **Gapapa gapapa**
- N Pokoknya dia melapor soal pemerintah Cina sepertinya sudah tau. Tapi yang tempat itu, kayak ada kerjasama sama pemerintah Cina. Yang meras kecewa, curiga. Ya udah gapapa, tapi dia itu tetap mau memberitakan hal yang benar tentang virus
- P** **Itu tadi harus dibantu sama bapak gak untuk paham beritanya?**
- N Bapak gak baca
- P** **Jadi memang ibu mengerti sendiri?**

- N Sendiri
- P **Oh oke-oke. Terus, sudah tau beda media, berita, sudah tau bedanya?**
- N Belum
- P **Oh oke, jadi kayak ini kan, nama, media itu namanya, beritaviral, tempo, itu medianya. Ini isinya. Kadang ada media yang suka nyebarin berita Hoax, tapi ada juga media yang bagus, beritanya bagus-bagus semua beritanya. Sehabis ini saya mau ajarin, kasih tau gimana bedain medianya, media yang bagus, media yang enggak, berita yang enggak, gitu. Terus, nah misalnya secara sekilas aja, Beritaviral, Tempo, percaya gak sama namanya?**
- N Sama. Saya tidak bisa membedakan itu bohong atau enggak. Kalau orang bilang, cuman berita hoax, ikut. Kalau bilang benar, iya, ikut.
- P **Oke, nah, menurut ibu, ini beritanya benar gak dua-duanya? Benar gak isinya?**
- N Benar (tempo)
- P **Benar, yang ini?**
- N Mungkin benar juga (beritaviral)
- P **oke**
- N Tapi apakah ini pernah disiarkan di TV?
- P **Jadi ada banyak cara buat tau, yang pertama, nomor yang B. Siapa pemilik media tersebut? Apakah ada redaksi atau dewan pers? Pernah dengar Dewan Pers?**
- N Belum pernah
- P **Oh, Dewan Pers itu yang menaungi semua media, Tempo, Kompas, Detik, itu semua di bawah naungan Dewan Pers, jadi kalau ada satu yang bikin hoax, atau satu salah, nanti Dewan Pers yang ...apa namanya..**
- N Menegur?
- P **Iya menegur gitu. Nah gitu jadi fungsi Dewan Pers. Jadi media yang terpercaya, kredibel, biasanya terdaftar di Dewan Pers. Ini di hapenya, pertama coba buka Tempo.co**
- N Mbak Intan kirim?
- P **Enggak, ibu buka di Google, Tempo.co.**
- N Tempo? (buka Google) kalo tempo itu dipercaya?
- P **Nah abis ini kita lihat. Kalau media yang benar itu ada redaksi. Redaksi itu "tentang kami", di kolom tentang kami, biasa paling bawah. Di yang paling bawah di yang tentang kami.**

- N Mana ya?
- P **Ada pemimpin redaksi. Jadi jelas, siapa yang mimpin, ketik, nulis, jadi medianya jelas. Nah coba kita buka yang beritaviral. Coba buka di WA, yang saya kirim. Ini yang beritaviral, coba di buka.**
- N (mencoba)
- P **Ada gak redaksinya?**
- N Cuma viral
- P **Cuma viral? Gak ada redaksi? Gak tau jadi siapa yang buat, siapa pemimpinya, gak jelas. Yang ini tadi (tempo)?**
- N Jelas
- P **Iya jadi yang pertama, cek dulu siapa redaksinya, nah itu di kolom tentang kami, terus yang kedua di coba ketik di Google, dewan pers cek. Ketik di hape, coba. Nah coba search, klik tempo. Tempo.co. ada?**
- N Ada
- P **Kalau yang diwan pers, itu tempo terdata. Jadi tempo bener media indonesia. Coba cek yang beritaviral, ada gak di dewan pers, terdata tidak? Di banyak media, tapi cuman sedikit yang terdata di dewan pers gitu. Tadi kan tempo ada, terdata. Coba pilih yang beritaviral**
- N Tidak ada
- P **Tidak terdata di dewan pers. Nah itu tadi yang pertama, redaksi, yang kedua cek ada di dewan pers gak. Tapi media yang gak terdata di dewan pers belum tentu media hoax. Belum tentu. Jadi dia bisa aja lagi proses**
- N Sudah terdaftar (tempo)
- P **Sudah, jadi kan tadi redaksi, dua dewan pers, terus yang ketiga, hak cipta media masih berlaku**
- N Kalau beritaviral, belum tentu hoax, ada yang benar, ada yang enggak
- P **Iya, belum tentu. Beritanya belum tentu semuanya bohong, bisa aja benar, bisa aja salah. Terus ini yang copyright, ada logo c, nah ini hak cipta. Ini? Ada ya (beritaviral). Kalau yang di tempo?**
- N 2017 (nunjuk)
- P **2017, lebih lama, yang ini kan baru (beritaviral). Ini lebih lama (tempo). Terus , pernah baca Tempo?**
- N Pernah, majalah kuno
- P **Oh majalah**
- N Kalau majalah baru sekarang gak pernah. Tapi pernah tau tulisan tempo

- P** Kadang ada media, pas pemilu beritanya siarin Jokowi, Jokowi., Prabowo, prabowo. Jadi ada media yang menggiring kita suka Jokowi, ada yang menggiring kita suka Prabowo, nah yang Tempo, netral apa enggak menurut ibu?
- N** Netral
- P** **Netral? Gapapa. Kalau yang ini? Beritaviral?**
- N** Gak tau
- P** **Gak tau ya? Oke. Tadi kan tempo terdaftar di Dewan Pers, yang ini (beritaviral) tidak terdaftar di Dewan Pers. Belum tentu isinya benar. Belum tentu yang ini isinya salah (beritaviral). Jadi tetap harus dibaca dulu isinya**
- N** Ini pasti benar?
- P** **Belum tentu**
- N** Walaupun pasti terdaftar, belum tentu?
- P** **Belum tentu. Tetap harus baca isinya.**
- N** Kalau yang ini viral, tidak semua benar, tidak semua salah.
- P** **Iya, tetap harus baca dulu. Tadi kan itu medianya, sekarang kita lihat beritanya, isinya. Terus pas baca ini, percaya gak pas ibu baca ini? Langsung percaya? (beritaviral)**
- N** Agak percaya
- P** **Oke, kalau yang ini (tempo)? Percaya agak, atau percaya sekali? Sangat percaya atau ragu?**
- N** Percaya soalnya dia kasih sumbangan masker 1000 sama baju
- P** **Oke, kalo yang ini masih ragu-ragu? Agak percaya?**
- N** Iya. Agak percaya
- P** **Ya oke. Lanjut, terus yang dilihat judulnya sudah sesuai sama isi? Sudah sesuai belum menurut ibu? Gapapa, gak ada benar, gak ada salah. Judulnya apakah sudah sesuai isi? (tempo)**
- N** Sesuai
- P** **Yang tempo sudah sesuai? Kalau yang ini? (beritaviral)**
- N** Sesuai
- P** **Sesuai judulnya. Oke. Kalau baca berita, buat tau itu benar apa salah, itu kita cek di Google, berita lain. Ada media lain gak yang liput. Misalnya kalo tempo, dia sumbang 50 baju hazmat. Nah media lain bilang, oh bukan 50, 100. Nah itu kan tidak cocok, jadi harus di cek lagi. Nah coba cek di google. Contoh (menunjukkan), ini kan tempo. Oh kumparan juga ada. Coba kira-kira cocok gak?**
- N** Lain

P **Bahasanya kurang lebih beda, tapi jumlahnya (tempo)**

N Iya lain, 2000 ini 800 (tempo)

P **Yang 50? Ada. Yang 1000 masker kain? Ada. Terus mereka produksi 2000 APD, beda dimana? Yang ini kan 2000, kalau yang ini? Jadi ada beda dikit ya?**

N Ada

P **Oke, kalau yang ini (beritaviral) ibu cek juga. Ada gak media lain yang liput? Coba ketik ahli virus Cina kabur ke AS. Sebentar, tadi pas ibu baca ini (beritaviral) tadi kan agak percaya. Kenapa? Kenapa bisa agak percaya?**

N Lagi berita viral

P **Oke, kalau yang ini? (tempo)**

N Percaya juga

P **Kenapa?**

N Terdata dalam redaksi.

P **Kalau tidak ada redaksinya, awal percaya kenapa? Pas sebelum ada redaksinya? Awalnya percaya kenapa?**

N Percaya karena memang Indonesia sedang terjadi. Jadi membutuhkan baju Hazmat harus di produksi.

P **Oke, jadi dipake logika ya?**

N Ya

P **Oke, kalau yang ini (beritaviral) ragu, ada ragu-ragu dikit, kenapa? Kenapa ragu-ragu sama berita ini? Ada sedikit ragu?**

N Paham maksud, cuman gak bisa menjelaskan. Karena berita itu dari luar negeri Cina, saya gak pernah melihat berita itu di TV. Jadi gak tau. Kalau masuk lewat TV, berarti berita sekarang percaya.

P **Terus tadi, ini cek fakta. Namanya cek fakta, benar atau salah. Ini lihat, salah.**

N Ini salah, yang ini salah (beritaviral)

P **Sebentar (mencoba lihat)**

N Iya, gapapa

P **(menunjukkan) salah. Jadi termasuk kategori konten yang menyesatkan, jadi ada berita masuk, ragu-ragu, harus cek dulu. Jadi yang ini termasuk hoax, konten yang menyesatkan.**

N Termasuk benar atau gak. Berarti salah?

P **Ya, berarti konten yang menyesatkan. Tapi harus tau, kenapa salah, kenapa menyesatkannya? Karena tidak sesuai sama judul. Isi berita tidak sesuai sama judulnyaOhh (menunjukkan) saya bersaksi Covid**

hasil persekongkolan jahat. Hasil cek fakta (menunjukkan). Jadi Li Meng Yan tidak menyebutkan, kalau saya bersaksi itu, tidak menyebutkan, makanya kontennya menyesatkan. Terus, satu berita, minimal ada dua narasumber. Narasumber, siapa yang ngomong di berita ini. Nah kalau yang disini, contohnya (tempo) KSP Ketua Bank Difelabel, itu satu. Yang kedua, Gubernur di Yogyakarta. Oh ini, Pakualam, ada dua. Coba kalau disini (beritaviral) ada berapa? Di baca, ada berapa kira-kira?

N Ulang

P Kalau yang ini (tempo) kan ada dua narasumber yang ngomong. Kalau yang ini, ada berapa?

N Empat

P Siapa saja?

N Ini (Li Meng Yan)

P Ada empat tadi, Li Meng Yang nya satu.

N Ini (Fox News)

P Oh Fox News, dua

N Sama ini (WHO)

P WHO, dan Cina (Kedubes), oke. Dilihat di belakang, pas baca susah paham gak? Pas baca berita ini? Rumit gak? (beritaviral)

N Sedikit

P Sedikit rumit. Oke, kalau berita ini (tempo) rumit gak?

N Enggak

P Yang berita ini, tempo, enggak rumit. Kalau yang ini (beritaviral) rumit?

N Ya

P Kenapa rumit? Panjang atau susah bahasanya? Yang ini tadi susah dipahami gak bahasanya? Karena kepanjangan atau gimana?

N Yang saya gak ngerti maksudnya apa, yang dia akan terus berbicara. Tetapi, tahu ada target di punggungnya. Punggungnya itu apa maksudnya saya gak tau.

P Oh iya

N Tidak mengerti

P Oke. Ini dari video liputan Fox news. Nah ini, yang tadi, dia mengatakan pada Fox News. Jadi berita ini, diambil, ditulis dari orang nonton video Fox News, baru dia tulis berita. Jadi dia tidak wawancara Li nya langsung. Jadi dia ambil dari video, ditulis. Kalau yang ini tadi, dia wawancara langsung. Kalau yang ini dia sumbernya

- dari Fox News, makanya kayak kurang dipercaya gitu. Oke, tadi pusing ya dipahami? Yang ini agak pusing ya dipahami?
- N Iya
- P Oke, terus, coba dilihat ada keterangan waktu, tempat, kapannya, ada gak jelasnya?
- N Ada
- P Ada ya, kalau yang disini?
- N Ada, lari ke Amerika tanggal 28 April
- P Kalau konteksnya ada ya? Oke terus, satu berita, minimal dua narasumber. Ini tadi kan udah dua, ini tadi kan banyak ya?
- N Banyak
- P Narasumber itu harus dilihat misalnya, dokter ngomong tentang Covid, kita percaya, tapi kalau artis ngomong tentang Covid, kita ragu, belum tentu percaya. Nah jadi harus yang derajatnya sama, gitu. Kalau yang ini tadi, menurut ibu, udah oke gak narasumbernya? Ini, KSP Difabel sama Pakualam Yogyakarta, menurut ibu itu udah oke atau belum?
- N Sudah oke
- P Kenapa?
- N Soalnya Kuni Fatonah ngomong, kalau sebelum Covid, dia bilang anggota koperasi ada terdiri dari pengusaha, pengrajin, pedagang, wirausaha. Sebelum ada wabah, ekonominya merosot.
- P Ini menurut ibu, yang KSP ini udah oke belum derajatnya? Dia ngomong? Sudah oke atau belum? Jangan takut salah, gapapa, ngomong aja.
- N Sudah oke
- P Kalau yang Gubernur, Pakualam? Oke?
- N Mengapresiasi itu apa?
- P Menghargai, memuji
- N Sudah oke semuanya. Pakualam menghargai difabel membuat
- P Kalau yang ini tadi, narasumbernya Fox News. Sudah oke atau ragu? Li Meng Yan sudah oke atau masih ragu?
- N Ragu-ragu, soalnya karna bersekongkol
- P Oke, ragu-ragu karna bersekongkol. Oke
- N Siapa yang bersekongkol. Oke
- P Ini kalau dari luar negri, itu percaya gak? Kalau berita luar negri?
- N Sebagian percaya, sebagian enggak
- P Yang percaya, kenapa?

- N Percaya kalau saya yang kontak teman yang di luar negeri, saya tanya apa betul, ini terjadi. Teman bilang jangan, berita bohong, berarti gak percaya
- P **Oke, jadi tergantung tanya teman**
- N Ya. Kalau saya tanya teman tinggal di Amerika, kebanyakan tinggal di Malaysia. Saya tanya apa betul berita ini? Jadi tergantung negaranya
- P **Kalau yang ini (beritaviral) ada tanya ke teman?**
- N Gak tau
- P **Oh gak tau, oke. Terus pernah denar opini?**
- N Opini? Artinya apa gak tau. Sering dengar opini
- P **Opini itu pendapat, pas ibu baca ini, ada perasaan senang, sedih, kecewa, atau bingung, itu ada gak?**
- N Saya senang beritanya bagus (tempo) karena memberikan bantuan kesehatan. Dokter jogja. Tapi kalau yang
- P **Kalau yang beritaviral?**
- N Agak menakutkan juga. Masalah virus dari mana
- P **Oke. Kalau tempo ada tau gak punya siapa?**
- N Gak tau
- P **Tapi kalau pas baca ini, senang ya?**
- N Senang
- P **Kalau pas baca ini? Takut?**
- N Ya
- P **Lebih ke ragu-ragu, takut ya? Terus komentar ibu soal berita ini apa? Bisa dipercaya, boleh dibagikan ke teman-teman gak yang ini?**
- N Kalau memang kenyataan benar, diceritakan benar, kalau memang positif. Tapi kalau enggak bener, gak usah diceritakan. Gak perlu diteruskan
- P **Oke menurut ibu, yang ini benar atau tidak (tempo)?**
- N Benar
- P **Benar, kalau yang ini (beritaviral)? Gapapa?**
- N Ragu-ragu
- P **Kalau saya kirim berita ini, ibu mau terusin ke teman gak?**
- N Kalau itu memang benar, saya ngomong sama keluarga terutama
- P **Oh oke, tadi kan beritaviral, tempo.co. Misalnya saya kirim berita dari tempo, tapi bukan yang ini, berita lain, ibu mau kasih ke orang gak?**
- N Mau
- P **Temponya sudah percaya?**

N Ya

P **Oke, kalau berita lain dari beritaviral, mau kasih ke orang?**

N Kalau penting, benar, kasih

P **Sama beritaviral, medianya percaya? Yang sama ini**

N Percaya

P **Oke percaya, gapapa. Ya ini, udah selesai. Selama ini ada pernah bikin vlog, atau rekam, yang misalnya tentang masker atau covid? Pernah?**

N Gak pernah

P **Oh gak pernah. Cuman yang video masker tadi ya?**

N Cuman pakai masker untuk satu kelas, untuk satu angkatan disuruh masing-masing disuruh pakai masker, difoto. Satu-per satu

P **Oh satu per satu. Kenapa mau ikut? Kenapa?**

N Itu karena lagi nge-trend

P **Oh karena lagi nge trend. Oke.**

N Memang wajib harus pakai masker.

P **Oke, wajib pakai masker ya. Oke. Kenapa tidak pernah bikin vlog? Kenapa tidak mau?**

N Buat sendiri

P **Buat sendiri? Kenapa?**

N Buat koleksi, dimasukan sendiri

P **Oh buat koleksi dimasukan sendiri**

N Enggak disebar

P **Ohh kenapa gak mau disebar?**

N Rahasia pribadi. Privasi

P **Oh privasi, oh ya oke oke, baik. Tadi yang ini mau di share ke masyarakat, ke teman-teman gak?**

N Ya

P **Kalau yang ini, yang dari beritaviral ya?**

N Ya

P **Oh ya oke. Oke, itu aja. Baik itu aja Ibu. Terima kasih.**

SAMPLE TRANSKRIP WAWANCARA 2 (INFORMAN 2)

- P** Yang nomor satu (*menunjuk pertanyaa Menurut anda, berita bohong (hoaks) itu yang seperti apa?*)
- N Berita bohong atau hoax itu, kalau tidak sesuai dengan kenyataan
- P** Tidak sesuai kenyataan, tidak sesuai kenyataan?
- N Maksudnya, seperti orang ngarang sendiri
- P** Oh ngarang sendiri
- N Padahal nggak ada berita yang terjadi, tapi orang bikin ngarang, tambah tambah, nggak bener
- P** Ciri-cirinya? Ada nggak kayak misal, nggak ada link, kemarin kan Bu Agustina bilang tidak ada link, kalau menurut ibu?
- N Nggak disiarkan di TV
- P** Oh tidak disiarkan di TV
- N Soalnya kalau liat di TV orang bisa lihat langsung percaya
- P** Oh orang bisa lihat langsung percaya
- N Kalau nggak masuk TV nggak tahu bener atau enggak
- P** Oh kalau nggak masuk TV nggak ini ya, oke
- N Yang penting lihat, terbukti
- P** Oh yang penting lihat di TV. Kalau di koran?
- N Ya ada foto, gapapa
- P** Terus, kalau yang nomor dua, media yang dipercaya? (*menunjuk pertanyaamenurut anda, media yang bisa dipercaya itu seperti apa? (misal: yang namanya sering disebutkan, yang terkenal)*)
- N Seperti Kompas.
- P** Seperti Kompas, kenapa?
- N Karena ada redaksi
- P** Oh ada redaksi, habis itu? Ada lagi nggak, selain redaksi?
- N Yang jelas beritanya dari sumber
- P** Oh berita dari sumber jelas?
- N Ya
- P** Terkenal?
- N Ya terkenal
- P** Yang terkenal? Oke. Habis itu yang nomor tiga? (*Menunjuk pertanyaa Apakah anda sering menonton berita di youtube? Atau dalam bentuk video?*)
- N Nomor tiga, (sambil membaca)
- P** Di Youtube?
- N Sering, tapi saya biasanya soal agama,
- P** Oh biasanya soal agama di Youtube?
- N Binatang,
- P** Binatang? Binatang apa?

- N Yang anak-anak, misalnya ular makan orang
- P Oh buat anak-anak?**
- N Bukan, sensasi
- P Oh berita sensasi?**
- N Yang misalnya buaya makan orang, orang yang dari mana. Setelah buaya ditangkap, dibelah, dibuka, oh betul ada orangnya
- P Oh oke oke, dari apa, berita yang sense.. Heboh ya,**
- N Iya
- P Yang lagi heboh. Oke.. Itu ibu dapet dari orang, kirim whatsapp, atau ibu cari di Youtube?**
- N Buka Youtube
- P Oh buka Youtube, habis itu?**
- N Kadang-kadang, dari WA masuk grup, itu saja
- P Oh buka Youtube atau kadang dari WA masuk grup baru baca. Kalau dari Youtube itu yang muncul sendiri atau ibu cari?**
- N Sendiri
- P Oh yang muncul sendiri**
- N Di gambar atau berita yang saya sukai atau saya penasaran, saya klik
- P Oh yang klik, baru. Berarti muncul di rekomendasi di Youtube? Oke.. Kalau bahasa Indonesia tanpa teks?**
- N Kalau, kalau berita tadi tanpa tulisan, saya nggak ikuti
- P Oh tidak ikuti. Susah?**
- N Ya, susah
- P Oh susah**
- N Yang penting ada tulisan saya bisa baca
- P Oh yang penting ada tulisannya**
- N Iya
- P Kalau cuman gambar?**
- N Tapi nggak ada tulisan, nggak
- P Oh nggak bisa?**
- N Cuman lihat gambar, cuma membayangkan, nggak tahu
- P Oh berarti kalau cuma membayangkan..**
- N Lebih suka jika ada tulisan
- P Oh harus ada tulisan, kalau cuman membayangkan gambar itu nggak bisa, cuman gambarnya doang. Kalau ada tulisan, tapi bahasa Inggris, gimana?**
- N Gak bisa, males buka kamus
- P Oh males buka**
- N Tidak pinter
- P Oh iya, berarti langsung lewat aja?**
- N Ya
- P Oh lewat aja, oke**
- N Atau tidak tanya orang

- P** Oh atau tanya orang. Biasa tanya siapa?
- N** Suami
- P** Oh tanya suami.. Bapak bisa Inggris?
- N** Bisa
- P** Oh bisa, oke.. Terus (*menunjuk pertanyaakemarin pas saya kasih 2 berita (yang Li Meng Yan dan tentang Komunitas difabel sumbang masker), apakah membuka link yang saya berikan lalu coba baca-baca berita lainnya dari link itu?*)
- N** Enam?
- P** Nomor enam
- N** Saya nggak suka
- P** Oh tidak? Cuma baca ya, dua-duanya?
- N** Iya
- P** Oh ya, oke, nggak apa-apa
- N** Tapi saya membaca, dari ini (link) ndak, ini kertas, sudah
- P** Oh sudah, oke. Tapi tidak ada buka yang kemarin-kemarin ya? Yang pas saya kirim itu, sebelum sebelum ketemu saya, itu tidak ada buka cari-cari?
- N** Nggak
- P** Oh baca saja?
- N** Iya
- P** Oh ya, oke. Terus, yang ini (jogja suara) kan ibu pilih. Kenapa?
- N** Gak tau, saya langsung tertarik judul, lalu saja
- P** Tapi susah dipahami nggak, beritanya?
- N** Bisa, ngerti
- P** Oh ngerti. Oh ya, oke
- N** Dari berita singkat
- P** Berita singkat?
- N** Tidak panjang
- P** Oh, jadi lebih suka berita yang pendek-pendek?
- N** Kalau pun tak jelas, nggak apa-apa. Kalau agak panjang, lupa
- P** Oh kalau panjang-panjang lupa? Oke. Kalau yang ini (jogja suara), ikuti beritanya nggak tentang Klaster Soto Lamongan?
- N** Baru baca itu, saya baru membaca
- P** Oh ya, oke.. Boleh, diceritain singkat aja, tentang apa?
- N** Itu tentang..
- P** Tentang?
- N** Klaster
- P** Iya, klaster?
- N** Rumah makan soto lamongan
- P** Rumah makan soto lamongan
- N** Ada orang membeli..
- P** Ada orang membeli

N Soto..

P Soto?

N Yang empat orang kena, positif

P Yang empat orang kena, positif

N Terus, ada yang membeli, bungkus, dibawa pulang

P Ada yang membeli bungkus bawa pulang

N Ternyata..

P Ternyata

N Yang bawa pulang juga kena..

P Yang bawa pulang juga kena

N Terus, dari lima belas orang..

P Dari lima belas orang?

N Yang kena COVID lima orang..

P Yang kena COVID lima orang

N Sepuluh orang negatif

P Sepuluh orang negatif

N Dari Soto Lamongan..

P Dari Soto Lamongan

N Terus bertambah

P Selalu bertambah orang

N Orang kena, dari...

P COVID

N Baru mencapai dua puluh orang

P Baru mencapai dua puluh orang

N Penularan COVID..

P Penularan COVID?

N Itu bisa melalui sentuhan benda-benda

P Oh, penularan COVID bisa melalui sentuhan benda-benda

N Misalnya piring,

P Misalnya piring

N Gelas,

P Gelas

N Plastik pembungkus

P Plastik pembungkus

N Itu, intinya, orang kena dari.. Dari Soto Lamongan

P Oh ya, oke. Di mana? Soto Lamongannya di mana?

N Kota.. Kotabaru

P Oh di Kotabaru?

N Daerah Kotabaru

P Oh daerah Kotabaru? Oke oke. Terus, di sini tadi pilih beritanya mana yang menarik ya? Dari mana, Google? Atau?

N Google

P **Google.. Boleh lihat? Misalnya *kak boleh sambil videoin?***

N Cluster COVID di Jogja, ini...(memperlihatkan)

P **Cluster COVID di Jogja**

N Terus saya baca ini,

N Ini...

P **Oh ya, baru ketemu? Itu ibu ketik sendiri klaster COVID?**

N Iya

P **Kenapa tertarik tentang klaster COVID di Jogja?**

N Soalnya lagi sedang terjadi

P **Oh soalnya lagi terjadi. Jadi ibu bayangin langsung ketik aja?**

N Ya

P **Oh, itu dari kemarin-kemarin caranya gitu? Atau baru hari ini?**

N Baru kemarin

P **Oh baru kemarin. Sebelumnya kalau cari berita?**

N Nggak tahu

P **Oh sebelumnya belum tahu. Kalau cari berita di mana?**

N Saya?

P **He'em**

N Jarang cari berita saya

P **Oh, mana yang dikirim orang ya?**

N Ya

P **Oh, atau di TV gitu?**

N Ya

P **Oh ya, oke. Terus, itu kalau sama...**

N Nomer.. Empat?

P **(Menunjuk pertanyaan apakah anda sudah percaya dengan berita yang anda pilih?) Sama yang ini (Suara Jogja) sudah percaya?**

N Mungkin nggak tahu

P **Oh mungkin nggak tahu. Ragu-ragu? Kenapa?**

N Kalau menurut saya mungkin itu memang bener karena masuk disebar

P **Oh ya, menurut ibunya memang bener karena disebar. Terus sama suara Jogja, suarajogja.id itu percaya? Sudah percaya belum?**

N Percaya

P **Oh percaya? Oke. Nggak apa-apa, nggak apa-apa. Terus, sebelumnya sudah cek-cek lagi ke internet?**

N Belum

P **Belum? Baru baca ini ya?**

N Ya

P **Oh ya, nggak apa-apa. Ini, terus.. *mana berita? Satu lagi, nah itu dia* ini, kalau sama yang Tribun netizen, yang ini, menurut ibu, menarik nggak? Menarik?**

N Baru tahu

P Oh baru tahu
N Ponakan saya tinggal Malaysia
P Oh ponakan tinggal di Malaysia? Tanya-tanya ponakan nggak?
N Belum
P Oh belum. Oke. Menarik karena ada ponakan juga di Malaysia?
N Ya, ini ponakan
P Oh ya, oke. Terus..
N Mbak yang kirim?
P Iya, yang saya kirim
N Nanti saya baca
P Oh ya
N Tapi kalau belum, tanya ponakan
P Oh belum tanya ponakan. Menurut ibu tertarik nggak baca tentang orang Indonesia?
N Tertarik
P Malaysia..
N Buat nambah pengetahuan
P Oh tertarik buat nambah pengetahuan. Oke, terus nomor dua? (Apakah anda pernah mendengar media ini? Menurut anda media ini bagaimana)
P Sama ini, Tribun Netizen. Pernah dengar? Tribun Netizen?
N Tentang larangan.. Intinya nggak masuk Malaysia?
P Oh bukan, dengan Tribun Netizen
N Nggak tahu
P Oh nggak pernah? Kalau koran Tribun? Koran Tribun? Tribun? Pernah
N Oh koran Tribun?
N **Tahu?**
N Ya
P Oh kalau..
N Koran Tribun tahu
P Kalau ini?
N Kalau ini, tahu
P Tribun Netizen? Tahu tidak?
N Beda?
P Beda, beda
N Netizen dengan koran Tribun beda? Mengapa?
P Beda, dia namanya sama. Nanti ada ketahuan bedanya. Ibu awalnya pikir sama masih? Dikiranya masih sama
N Ya
P Iya soalnya dia namanya sama.
N Oh
P Namanya sama, tapi sebenarnya beda. Nanti kita lihat
N Tapi dua tempat?

- P Iya, dua media yang beda. Coba, terus, beda, terus, isi berita nomor tiga (menunjuk pertanyaapakah anda memahami isi beritanya? (coba ceritakan singkat berita ini mengenai apa, boleh sambil lihat-lihat))**
- N Ini, tentang Malaysia?
- P Yang ini**
- N Tentang.. Ini.. Tentang Pemerintah Malaysia melarang..
- P Pemerintah Malaysia melarang**
- N Orang Indonesia..
- P Orang Indonesia**
- N Tidak boleh masuk wilayah Malaysia
- P Tidak boleh masuk wilayah Malaysia**
- N Tapi tidak hanya Indonesia, juga melarang negara-negara lain
- P Oh tidak hanya Indonesia tapi juga melarang negara-negara lain**
- N Terus, India, Filipina juga nggak boleh
- P India, Filipina nggak boleh masuk juga, oke**
- N Itu karena..
- P Karena**
- N Lonjakan korona meningkat
- P Lonjakan korona meningkat, oke. Terus, kapan? Kapan tidak bolehnya?**
- N September
- P September?**
- N Kayane (kayaknya) September
- P Oke, September. Terus, di mana? Ada siapa yang ngomong? Yang ngomongnya?**
- N Yang ngomong tentang apa?
- P Yang ngomong tidak boleh masuk, siapa?**
- N Pemerintah Malaysia...
- P Pemerintah Malaysia**
- N Mengeluarkan pernyataan resmi
- P Oh mengeluarkan pernyataan resmi, oke. Kalau ini, ibu tahu tidak, apa? Ini, apa? Tahu tidak? Celine (Selin)**
- N Itu, pencari berita?
- P Penulis maksudnya?**
- N Iya, penulis?
- P Iya, penulis, Celine (Selin), oke. Terus kalau yang haram maksudnya apa? Paham tidak kalau haram?**
- N Nggak tahu, haram itu nggak boleh, dilarang
- P Dilarang. Kalau judulnya, dia tulisnya haram, artinya apa?**
- N Berarti nggak boleh
- P Oh nggak boleh masuk Malaysia**
- N Iya
- P Oh ya, tapi paham maksud haram?**

N Tahu nya haram misalnya, nggak boleh daging babi,
P **Oh tahunya nggak boleh makan daging babi?**
N Daging anjing
P **Daging anjing? Oke. Oiya, oke, ya. Terus, ada coba klik videonya?**
N Tentang apa?
P **Yang ini, ada videonya**
N Ya,
P **Tidak di-klik?**
N Enggak
P **Oh ya. Nomor.. Oh ada coba klik? Ada yang mencoba klik? Videonya?**
N Nggak ada
P **Pas saya kirim, ada liat video nggak?**
N Enggak
P **Oh nggak ada**
N Nggak bisa
P **Oh nggak bisa di-klik? Udah coba tapi?**
N Berita ada tapi video enggak
P **Oh tapi pas udah coba di-klik?**
N Iya
P **Oh ya, memang tidak ada, tidak ada isinya. Oke, isinya apa kemarin? Pas ibu coba klik, isinya apa?**
N Nggak ada
P **Oh nggak ada. Oh ya oke. Terus, nomor lima (*menunjuk pertanyaapakah anda mencoba mencari cari berita lain di media ini atau hanya membaca yang saya berikan saja?*)**
N Nggak tahu hanya membaca
P **Oh membaca? Oke, nggak apa-apa. Terus yang nomor enam (*menunjuk pertanyaapakah anda mencoba apa yang saya contohkan di wawancara sebelumnya? (cek dewan pers, redaksi, dll)*)**
N Belum sempat, karena kemarin saya banyak kerjaan
P **Oh belum sempat karena banyak kerjaan? Oke. Terus lanjut,**
N Tempat ***, ***, sudah?
P Ya?
N Bu ***, ***, sudah?
P **Sudah, sudah. Ibu terakhir saya datengin**
N Mereka kapan?
P **Mereka, Bu *** Bu *** kemarin. Mas *** hari ini**
P **Kalau dengan berita ini percaya tidak? (Tribunnetizen)**
N Percaya
P **Percaya kenapa?**
N Karena ada penulis
P **Karena ada penulis? Lalu? Ada lagi?**

- N Tapi saya tidak cek dia ada redaksi nggak
- P Oh belum dicek redaksinya, oke. Terus, kalau dengan yang ini, klaster soto lamongan percaya? (Jogja suara)**
- N Percaya
- P Percaya? Kenapa?**
- N Karena memang betul terjadi di Jogja, saya tertarik
- P Oh memang betul terjadi di Jogja daerah Kotabaru**
- N Apalagi suami cerita..
- P Oh suami cerita**
- N Kalau disana lagi ramai..
- P Oh di sana lagi ramai**
- N Jadinya jangan makan di sana
- P Jangan makan di sana, oke. Ada muncul di TV?**
- N Saya belum lihat
- P Oh belum lihat di TV, oke. Kalau koran, belum lihat juga?**
- N Koran, nggak langganan
- P Oh nggak langganan? Oke. Terus, judulnya udah sesuai?**
- N Nomor dua?
- P Dua. Isi berita.. Di yang ini (Tribunnetizen) (menunjuk pertanyaapakah judul sudah sesuai isi berita?)**
- N Bilang nggak boleh masuk, tapi..
- P Bilang nggak boleh masuk, tapi?**
- N Tetap melayani
- P Tapi tetap melayani?**
- N Orang yang ini pulang
- P Oh yang ini pulang**
- N Dari negara Indonesia
- P Dari negara Indonesia**
- N Dari Malaysia pulang ke Malaysia
- P Oh dari orang Indonesia yang di Malaysia pengen pulang ke Indonesia, atau dari Malaysia, Malaysia di Indonesia pengen pulang ke Malaysia, oke. Jadi sesuai nggak? Sesuai?**
- N Ya
- P Tidak? Pas dengar kata haram itu gimana perasaannya?**
- N Haram, maksudnya nggak boleh masuk
- P Oh nggak boleh masuk, oke. Terus, kalau yang ini (Jogja suara)**
- P Yang ini, sudah sesuai? Sudah? Sesuai cocok sama judul sama isi?**
- N Ya, cocok
- P Judulnya sama isinya sudah cocok? Oke. Terus, sudah ada keterangan waktu, tempat kejadiannya sudah ada belum yang ini? Waktunya kapan? (Tribunnetizen)**
- N Ini (menunjuk)

- P** **Tujuh September? Oke, di mana? Tempatnya Malaysia sama ini habis itu, tempatnya sudah ada? Orang yang ngomong di mana? Tidak ada?**
- N** Tidak
- P** **Tidak ada? Oke. Kalau yang ngomong, siapa saja?**
- N** Yang ngomong, Pemerintah Malaysia
- P** **Pemerintah Malaysia satu**
- N** Direktur Utama Air Asia..
- P** **Direktur Utama Air Asia?**
- N** Veranita Josephine, udah
- P** **Kalau ini?**
- N** Menteri Pertahanan
- P** **Ismail Sabri?**
- N** Ismail Sabri
- P** **Itu masuk ke pemerintah Malaysia tidak? Jadi satu tidak? Sama tidak?**
- N** Jadi, pemerintah ngomong melalui..
- P** **Oh pemerintah ngomong melalui**
- N** Menteri Pertahanan
- P** **Melalui Menteri Pertahanan? Oke. Terus sudah, derajatnya sudah cocok belum? Misalnya yang kemarin, dokter membahas soal COVID, sudah sesuai belum, yang ngomong sama pekerjaannya?**
- N** Maksudnya?
- P** **Kayak kemarin, kalau..**
- N** Nomor delapan?
- P** **Nomor delapan (*menunjuk pertanyaapakah narasumber yang digunakan sesuai? (misal : dokter membahas soal covid, artis bahas soal musik)*)**
- N** Yang nomor delapan nggak ada, yang..
- P** **Tidak ada apa?**
- N** Yang nomor delapan, nggak ada ini, nggak ada
- P** **Oh, kalau misalnya tadi kan direktur utama, sama menteri pertahanan, itu mereka ngomong sudah cocok belum sama jabatan, posisi mereka? Sudah cocok belum menurut ibu?**
- N** Cocok
- P** **Udah cocok? Oh ya, oke. Kalau yang ini, yang ngomong siapa? (Suara Jogja)**
- N** Heru Purwadi
- P** **Heru Purwadi? Sebagai?**
- N** Heru Purwadi yang ngomong
- P** **Iya. Dia siapa? Siapa dia? Dia sebagai apa?**
- N** Sebagai ketua harian gugus tugas penanganan COVID
- P** **Oke, siapa lagi?**
- N** Yang bicara cuma Heru
- P** **Cuman Heru?**
- N** Iya

- P** Cuman satu? Heru?
- N** Heru
- P** Heru? Satu ya berarti? Oke. Dia sudah cocok belum? Kayak tadi kan ini, Veranita, direktur. Heru, ketua gugus, sudah cocok yang ngomong?
- N** Sudah
- P** Oke. Ini, tadi ibu pilih berita ini kenapa? Buat hiburan? Nambah informasi, atau *share-share* teman? (Suara Jogja)
- N** Tadi?
- P** Iya
- N** Itu dari suami
- P** Oh dari suami
- N** Terkadang bilang sekarang Kotabaru itu orang Soto Lamongan banyak yang kena
- P** Oh soalnya suami bilang di Kotabaru itu ada Soto Lamongan kena
- N** Supaya..
- P** Supaya?
- N** Saya lihat di Google
- P** Oh dilihat di Google
- N** Tentang..
- P** Tentang?
- N** Soto Lamongan
- P** Tentang Soto Lamongan. Oke. Berarti buat mencocokkan lagi apa yang diomongkan oleh suaminya gitu? Oke. Terus, nomor sembilan, sembilan (Jogjasuara) (*menunjuk pertanyaapakah berita ini memakai bahasa yang biasa saja (netral) bukan yang heboh?*)
- N** Ya biasa
- P** Yang biasa saja?
- N** Ya
- P** Yang ini, biasa saja?
- N** Biasa
- P** Kalau yang ini? (Tribunnetizen)
- N** Yang heboh itu, koran
- P** Oh yang heboh judulnya?
- N** Judulnya (angguk)
- P** Oh ya, oke. Terus, nomor sepuluh? (*menunjuk nomor: Apakah penulis berita memasukan pendapatnya? Atau berita hanya berisi fakta*)
- N** Sesuai dengan fakta (Suara Jogja)
- P** Fakta? Kalau yang ini, yang tadi sesuai sama fakta yang Suara Jogja, kalau yang Tribun? Kalau yang Tribun sudah sesuai fakta?
- N** Ya
- P** Sudah? Oke, sudah sesuai fakta. Terus, menurut ibu, berita tersebut..
- N** Nggak tahu, nomor sebelas
- P** Nomor sebelas, ada merasa, maksud..
- N** Ada maksud terselubung itu kira-kira tentang apa?

- P Oh menurut ibu, menurut ibu ada tidak?**
- N Nggak tahu
- P Kurang tahu? Tapi paham (tentang) maksud terselubung? Oh cuma belum merasa ada maksud terselubung?**
- N Ya
- P Oke. Dua-duanya, tidak ada?**
- N Nggak, nggak ada
- P Oh ya, oke. Terus, apa yang Anda rasakan?**
- N Nggak, nggak ngerasa apa-apa, tidak marah, tidak emosi, tidak kesal
- P Oh, ini, yang apa namanya, Suara (Jogja)?**
- N Nggak apa apa
- P Biasa? Kalau yang Tribun biasa saja? Ada emosi sama Malaysia?**
- N Enggak
- P Enggak? Biasa saja? Oh ya, oke**
- N Kalau mau emosi, protes pada siapa?
- P Kalau mau emosi protes sama siapa, bener bener bener. Oke. Terus, coba, coba cek *kakak bisa video?* eh, tiga, coba dicek ke Google kayak (seperti) kemarin. Ada nggak yang sama beritanya? Yang ini dulu (Tribunnetizen)**
- N Mencari yang ini dulu?
- P Iya. Tapi dari media lain**
- N Yang.. Maksudnya, orang Indonesia haram, ditulis?
- P Iya, boleh**
- N (Mencoba)
- P Buat dicek lagi, dicek lagi, bener nggak isinya, sama media lain? Ini kan Tribun Netizen, coba media lain**
- N Sama (Membandingkan dengan CNBC)
- P Sama?**
- N Sama, sama
- P Sama? Berarti, bukan hoax?**
- N Ya, benar
- P Ini, benar ya berarti? Oke. Merasa ada yang aneh nggak?**
- N Enggak
- P Enggak? Coba dibaca lagi, ininya, tulisannya sama yang disini. Coba dibaca, dibandingin**
- N (membaca)
- P Sama? Sama?**
- N Sama
- P Merasa ada yang aneh nggak?**
- N Enggak
- P Tidak? Tidak ada? Oh ya. Ini, tanggalnya? Tanggalnya sama nggak?**
- N Orang Indonesia dilarang masuk, sama tulisan sama
- P Kenapa? Kenapa?**

N Penerbangan ditutup sama, judulnya sama

P Judulnya sama. Paham maksudnya nggak? Paham nggak, maksudnya apa? Ada yang ngerasa aneh nggak? Tidak merasa aneh?

N Enggak

P Oh ya, nggak apa-apa. Ini, kalau..

N Kalau mbak merasa ada yang aneh tolong jelaskan

P Oh ya, nggak apa-apa. Soalnya ini, judulnya sama persis, tanggalnya ini duluan. Jadi, berarti yang ini, ambil, seratus persen, jiplak ke, ke medianya dia. Jadi dijiplak, ambil seratus persen

N Tapi ini duluan?

P Lihat tanggalnya, mana yang duluan. Ini tanggal berapa?

N Tanggal delapan (CNBC)

P Oke..

N Tiga belas (Tribunnetizen)

P Siapa ikutin siapa?

N Ini (Tribunnetizen) ngikutin ini (CNBC)

P Iya, jadi?

N Lebih dulu ini (CNBC)

P Lebih dulu ini? Dia berarti bukan hoax, tapi dia jiplak, jiplak, gitu. Sekarang kita coba..

N Ini Tribun?

P Tribun Netizen

N Kalau ini dari?

P CNBC

N Dari mana? Ini?

P Iya, CNBC. Oke. Terus, coba yang satu lagi yang berita klaster Soto Lamongan. Dari.. Dari HP ibu?

N Kok beda (Detik)

P Ini yang.. Ini kan yang tadi. Berarti, hoax bukan? Hoax bukan?

N Enggak, nyata

P Nyata? Berarti ada ya?

N Ya

P Oke. Sama persis nggak kata-katanya?

N Lain

P Lain, beda?

N Itu di tadi nggak ada, nggak ada

P Ya?

N Foto

P Oh nggak ada foto. Kalau ini..

N Tapi, beritanya hampir sama

P Beritanya hampir sama?

N Soal soto

P Soal soto? Oh ya, oke. Terus, coba, coba lagi lihat redaksi dari yang Suara Jogja
N Mencari redaksi mana?
P Ya, redaksi. Masih ingat tidak, yang kemarin?
N Nggak
P Lupa? Lupa? Coba di paling bawah, tentang kami
N Ini, berarti percaya karena ada redaksi
P Belum tentu, pencet dulu, terus di..
N Ini?
P Iya
N Pencet, redaksi?
P Iya. Ada? Berarti ada, redaksi?
N Iya ada
P Tahu redaksi itu apa?
N Redaksi?
P Redaksi itu apa? Tahu?
N Pemimpin
P Oh pemimpin ya, oke. Apalagi? Redaksi? Belum pernah dengar?
N Tahu kata redaksi tapi nggak tahu artinya
P Oh ya, tapi paham? Redaksi?
N Iya
P Oh ya, oke. Suara.com lokasinya di mana? (Suara Jogja)
N Lokasi?
P Iya, di mana? Di mana? Di mana lokasi?
N Kotabaru. Tapi nggak tahu tempat
P Bukan, suara.com-nya? Suara.com di mana?
N Ini.. (agak bingung)
P Agak sedikit bingung? Di mana? Di mana? Belum paham? Di? Jakarta Selatan
N Di Jakarta Selatan?
P Iya. Di apa, suara.com media di Jakarta Selatan. Oke, sampai sini, paham?
N Paham
P Ada lokasinya. Oke. Coba yang.. Coba (Tribunnetizen), ada redaksi tidak? Cek redaksi yang Tribun
N Nggak ada
P Nggak ada? Tidak ada? Berarti, Tribun Netizen tidak ada redaksi. Tidak ada redaksi ya berarti?
N Nggak
P Oke. Terus, lokasinya ada tidak? Lokasi
N Lokasi? Pencet di mana?
P Ini, ada tidak? (membantu)
N Nggak ada
P Nggak ada. Berarti, redaksi dan lokasi juga tidak ada? Oke. Terus, coba (menunjuk pertanyaapakah berita-berita yang disajikan selalu update (rutin

misal tiap hari dan jelas tayangan beritanya?)). Contoh yang Berita Viral. Berita Viral yang kemarin, sembilan September, dua puluh sembilan, dua delapan, terus empat belas sama sembilan. Jadi dia tayang, stop, tayang lagi, stop, tayang lagi. Tidak rutin. Itu yang contoh Berita Viral. Kalau Tribun, gimana?

N Maksudnya apa?

P **Nomor tiga..**

N Kalau artinya apa, saya gak mudeng

P **Rutin**

N Rutin

P **Iya, rutin. Kalau Berita Viral, itu tidak rutin. Kalau ini, rutin tidak? Lihat tanggalnya (Tribunnetizen)**

N Rutin

P **Rutin? Rutin per berapa? Setiap hari? Setiap minggu? Setiap bulan?**

P **Lihat tanggal, tanggalnya**

N Ini, tanggal tiga

P **Iya?**

N Tiga, tiga (membaca)

P **Tanggal tiga? Iya?**

N Tiga

P **Tanggal?**

N Tiga puluh, tiga satu

P **Berarti dia?**

N Tiap hari

P **Tiap hari? Oke. Berarti rutin? Tiap hari ya?**

P **Kalau yang ini.. Kalau ini? (Suara Jogja) boleh dipencet, boleh pencet?**

N Bebas?

P **Iya, bebas**

N Ini?

P **Minggu.. Yang di suara.com?**

N Sudah nggak ada

P **Ya?**

N Ini sudah meninggal

P **Oh sudah meninggal, oh Mike Tyson sudah meninggal**

N (bingung)

P **Agak bingung, Oke?**

N Ini masih, masih hidup

P **Masih hidup..**

N Karena umur lima satu tahun

P **Oh ya, oke. Dia Minggu, empat Oktober**

N Empat Oktober

P **Berarti, beritanya *update*, *update* ya? Rutin?**

- N Iya
- P **Rutin tiap hari ya**
- N Tiap hari ada
- P **Oke, suara.com. Terus, nomor empat? (menunjuk pertanyaan bagaimana media ini menurut anda? Apakah media ini jujur atau bisa dipercaya? Atau Heboh dan sensasional?)**
- N Ini yang tadi? (Suara Jogja)
- P **Yang Tribun. Yang Tribun..**
- N Nggak ada, biasa (Suara Jogja)
- P **Biasa? Yang Tribun? Oh suara.com biasa. Kalau yang Tribun? Heboh? Agak heboh?**
- N Ya (Tribunnetizen)
- P **Terus, yang Tribun agak heboh. Kalau yang nomor lima? (menunjuk pertanyaan apa yang anda tau soal media ini? (misal mendukung partai politik atau ormas tertentu))**
- N Nggak tahu
- P **Belum tahu? Dua-duanya tidak tahu? Oke. Nomor enam (menunjuk pertanyaan apakah menurut anda, media ini memiliki maksud terselubung? (misal, judul – judul beritanya lebay, memihak partai politik tertentu, menjual produk tertentu))**
- N Kalau maksud tertentu, apa
- P **Tidak? Tidak merasa?**
- N Tidak merasa (dua-duanya)
- P **Oh ya**
- N Mbak yang cerita, nggak apa-apa
- P **Sama.. Ya?**
- N Mbak yang cerita, nggak apa-apa
- P **Oh enggak, ini menurut ibu. Menurut ibu saja. Yang ini tidak merasa ada maksud terselubung? Kalau suara.com? Tidak ada juga? Oke. Nggak apa-apa. Terus, coba cek Dewan Pers. Coba cek Dewan Pers, ada, coba cek suara.com**
- N Yang saya ketik apa?
- P **Suara.com, medianya**
- N Suara?
- P **Iya, suara.com**
- N Ini? (mencoba)
- P **Tidak ada, tidak tercantum di Dewan Pers. Kalau Tribun Netizen? Coba ketik, Tribun Netizen, Tribun Netizen (membantu)**
- N Tribun Netizen?
- P **Tidak ada. Jadi, jadi dua-duanya media yang ibu pilih sama yang saya kasih tidak terdaftar, di Dewan Pers, oke. Kemarin sudah paham Dewan Pers? Apa kira-kira?**
- N Dewan Pers itu, ada redaksi
- P **Ada redaksi?**

N Staff

P Staff?

N Penulis

P Penulis? Oh ya, oke. Terus menurut ibu, yang Tribun sama suara.com gimana? Percaya tidak? Sama Tribun dan suara.com?

N Percaya

P Tribun? Percaya Tribun? Oh ya, kenapa percaya?

N Karena memang koran Jogja, jadi percaya

P Oh, karena memang koran di Jogja jadi percaya. Oke, terus kalau sama suara.com?

N Sama saja

P Sama? Percaya masih?

N Percaya

P Oke. Terus, kalau beritanya. Berita ini tadi percaya?

N Percaya

P Percaya? Kenapa?

N Karena sudah ada resmi pemberitahuan

P Sudah ada resmi pemberitahuan? Dari siapa?

N Pemerintah Malaysia

P Oh pemerintah Malaysia

N Menteri Pertahanan

P Menteri Pertahanan. Kalau yang suara.com, percaya juga? Sama isi beritanya percaya? Nggak apa-apa, nggak apa-apa. Percaya?

N Ya

P Oh ya, percaya? Kenapa? Karena memang ada di Jogja?

N Iya

P Oh karena memang ada di Jogja. Kalau saya kasih ke ibu berita, bukan yang tentang Malaysia, berita lain dari Tribun, ibu masih mau baca?

N Ya

P Masih percaya tidak?

N Percaya

P Masih percaya? Kalau dari suara.com? Percaya juga?

N Buat baca-baca

P Oh buat baca-baca. Mau di *share-share* ke teman-teman?

N Nggak.. Lihat isinya, penting atau tidak

P Oh, lihat isinya penting atau tidak. Kalau berita ini, yang tadi ini, mau di-*share*? (Tribunnetizen)

N Tidak, tidak kasih tau teman

P Tidak? Kenapa?

N Nggak penting

P Oh, tidak penting. Yang mau kasih tau teman yang Tribun yang tidak, karena tidak penting. Kalau yang suara.com?

- N Kalau tentang Soto Lamongan, saya beritahu, supaya teman-teman lebih hati-hati..
- P **Oh, oke**
- N Tidak sembarangan makan Soto Lamongan
- P **Oh, kalau yang Soto Lamongan saya beritahu supaya teman-teman lebih hati-hati, tidak makan Soto Lamongan di sana. Oke, terus.. (menunjuk pertanyaaapakah menurut anda media ini layak digunakan dan dibaca?)**
- N Layak
- P **Dua-duanya layak? Kenapa?**
- N Buat nambah informasi
- P **Nambah informasi, oke. Terus, yang ini? (Menunjuk pertanyaaapakah menurut anda berita ini layak dibagikan ke masyarakat?)**
- N Tergantung..
- P **Tergantung?**
- N Orangnya mau membagi atau enggak
- P **Oh, tergantung orang bagi atau enggak. Kalau ibu tadi ini tidak penting? (Tribunnetizen)**
- N Iya
- P **Oh, ya. Kalau yang suara.com penting?**
- N Tergantung isinya, berita
- P **Oh tergantung isinya, oke. Terus..**
- N Misalnya, koran yang cerita tentang pembunuhan, saya belum tentu mau cerita (ke) teman
- P **Oh, kalau suara.com cerita tentang pembunuhan, belum tentu mau di-share ke teman. Belum tentu mau di-share teman. Oke, terus..**
- N Kalau kesehatan, kasih tau teman
- P **Oh kalau kesehatan kasih tau teman**
- N Misalnya,
- P **Misalnya?**
- N Cara menyembuhkan..
- P **Cara menyembuhkan?**
- N Bagaimana mengatasi kalau sakit
- P **Bagaimana mengatasi kalau sakit. Oke**
- N Diberi tahu
- P **Diberi tahu, oke. Terus (menunjuk pertanyaaapakah anda mengikuti situs pemerintah tentang covid? Misal corona.jogjaprov.go.id (Yogyakarta tanggap COVID-19))**
- N Ya, mengikuti
- P **Mengikuti? Boleh (beri) contoh? Ibu bukanya gimana, kalau di Google?**
- N Ini, tapi tidak selalu tiap hari
- P **Oh, ya**
- N (mencoba)
- P **Ini pas mau minta coba buka yang pemerintah, situs pemerintah?**

N Iya

P **Oh, kalau baca berita seperti ini?**

N Iya

P **Oh, ketik detik, gitu?**

N Iya

P **Oh, ya**

N Tinggal pilih

P **Oh, tinggal pilih. Kalau situs pemerintah, tahu tidak? Situs, website pemerintah? Belum tahu?**

N (geleng)

P **Oh ya, oke. Sudah. Berarti tadi tinggal pilih buat yang kalau misalnya ada yang tertarik baru dipilih sama ibunya. Habis itu, nomor tiga (*menunjuk pertanyaapakah anda mengikuti seputar konspirasi covid, kontroversi WHO, pemerintah, herd immunity, dll?*)**

N Kalau ini, saya tergantung. Terima berita dari teman

P **Oh, tergantung berita dari teman. Ada ikuti soal kontroversi? WHO?**

N Kayaknya seperti China sama Amerika, WHO

P **Seperti? China sama? Amerika, WHO. WHO tahu? Apa?**

N Badan dunia kesehatan

P **Badan dunia kesehatan. Punyanya siapa?**

N Amerika

P **Punyanya Amerika? Atau siapa?**

N Katanya orang kaya

P **Oh, katanya orang kaya. Oh ya, oke**

N Iluminati

P **Di?**

N Yang punya itu kelompok orang-orang iluminati

P **Oh, kelompok orang-orang iluminati. Oh, itu siapa yang kasih tahu?**

N Saya baca

P **Baca dari mana?**

N Dari Akhir Zaman

P **Oh, yang Akhir Zaman. Oh ya, oke. Terus.. (*menunjuk pertanyaakalau berita seputar covid, anda sering mengikuti yang mana? (ekonomi, budaya, kesehatan, politik?)*)**

N Dari, dari teman, grup

P **Oh yang di grup Akhir Zaman. Oh ya, oke. Itu di WA ya? Atau?**

N Dari ADECO Jogja

P **ADECO Jogja**

N Akhir Zaman

P **Akhir Zaman. Oh, yang Akhir Zaman suka tentang ini, COVID?**

N Ada yang tentang COVID,

P **Ada yang tetang COVID**

N Ada yang tentang im...

P **Ya?**

N Im.. Implan

P **Oh, implan. Oke. Terus, yang..**

N Tentang vaksinasi

P **Oh, vaksinasi. Oke. Terus yang nomor tujuh (*menunjuk pertanyaakemarin saya ada kirim hoaks lewat bu dita ke grup, mbak bilang pernah dikasih tau orang kalau itu hoaks. Siapa yang memberi tahu?*)**

N Lupa

P **Oh, lupa?**

N Iya

P **Masih ingat tentang apa? Masih ingat tidak, tentang apa?**

N Sepertinya banyak

P **Oh, banyak. Saya bukain**

P **Yang ini. Yang ini**

N Oh, yang ini. Saya tanya..

P **Hoax?**

N Nggak bener

P **Oh, dari siapa?**

N Nggak tahu dari siapa

P **Oh, udah lupa?**

N Pokoknya kirim

P **Oh, pokoknya kirim. Oke, oke**

N Sering terima. Sering terima, sama

P **Oh, sering terima. Oke. Yang tentang Bu Dita waktu itu kirim, kata ibunya, nomor tujuh, yang kirim hoax katanya sudah sering banyak yang bilang kalau itu hoax gitu, jadi lupa dari siapa. Oke. Nomor yang, B (*menunjuk pertanyaasewaktu wawancara kemarin, mengatakan tidak tertarik baca berita politik, presiden, pemerintahan, dan olahraga. Mengapa? Rumit atau sulit kah?*)**

N Terakhir?

N Memang tidak tertarik

P **Oh, memang tidak tertarik. Politik, tidak suka?**

N Nggak suka

P **Olahraga? Tidak?**

N Kalau olahraga, yang (tentang) renang atau balet, atau sirkus suka

P **Oh, olahraga renang, balet, atau sirkus suka..**

N Tapi kalau tinju, sepakbola tidak begitu

P **Tinju, sepakbola tidak begitu. Kenapa? Tidak tertarik?**

N Nggak

P **Oh, ya. Oke. Terus tentang presiden, pemerintahan?**

N Pemerintahan, malas

P **Oh, malas**

N Malas rumit-rumit
P **Oh, malas rumit-rumit ya, oh ya. Oke**
N Berdebat..
P **Berdebat?**
N Saling..
P **Saling?**
N Senggol
P **Saling senggol**
N Ya
P **Malas? Oh ya, oke. Baik ibu, sudah selesai. Terimakasih**
N Iya

