

KETERAMPILAN JURNALISTIK UNTUK MENCEGAH BERITA HOAX DI KALANGAN MAHASISWA

¹Amelia Rahmi, ²Korie Khoriah, ³Susilowati, ⁴Rizka Indah Fitria
¹²³⁴Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo
(E-mail: ¹amelia_rahmi@walisongo.ac.id, ²korie.khaeriah@gmail.com,
³soesy31@gmail.com, ⁴rindah245@gmail.com)

Abstract

The hoax news phenomenon can lead to divisions and slander that need immediate attention and handling by related parties. Are campus circles, in this case Student Press activists have been affected by hoax news, manarik to be studied, because they are prospective journalists who must always have strong commitment and journalistic skills. This research is a survey, field data obtained using questionnaires that were distributed to the Student Press community (Persma) found in eight State and Private Universities in Central Java. By using regression techniques, the following results are obtained: The attitude and behavior of campus press activists (Persma) at universities in Central Java against the hoax news is already high. From the results of the analysis, it is known that the constant value is 1.752. The constant indicates the potential that already exists when other variables are considered non-existent. The influence of commitment to fight hoaxes is obtained commitment value of 2.19. That is, commitments have a positive influence on fighting hoax news. When commitments increase by 1 percent, the attitude and behavior against hoax news will increase by 21.9 percent. Then the value of student journalistic skills is also obtained at 0.501 percent. This shows that students' journalistic skills have a positive influence on fighting hoax news. When student journalistic skills increase by 1 percent, the attitude and behavior against hoax news will increase by 50.1 percent.

Keywords: *Commitment, Journalistic Skills, Against Hoaxes, Student Press*

Abstrak

Fenomena berita hoax dapat menimbulkan perpecahan dan fitnah yang perlu segera mendapat perhatian dan penanganan oleh pihak terkait. Apakah kalangan kampus, dalam hal ini aktivis Pers Mahasiswa telah terpengaruh berita hoax ?, manarik untuk diteliti, sebab mereka merupakan calon jurnalis handal yang harus selalu punya komitmen dan keterampilan jurnalistik yang kuat. Penelitian ini merupakan survei, data lapangan diperoleh menggunakan angket yang disebarakan pada komunitas Pers Mahasiswa (Persma) yang terdapat di delapan Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta di Jawa Tengah. Dengan menggunakan teknik regresi, di peroleh hasil sebagai berikut: Sikap dan perilaku mahasiswa aktivis pers kampus (Persma) di Perguruan Tinggi di Jawa Tengah dalam melawan berita hoax sudah tinggi. Dari hasil analisis diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 1,752. Konstanta menunjukkan potensi yang sudah ada saat variabel lain dianggap tidak ada. Pengaruh komitmen terhadap melawan beria hoax diperoleh nilai komitmen sebesar 2,19. Artinya, komitmen memberi

pengaruh positif terhadap melawan berita hoax. Ketika komitmen mengalami kenaikan sebesar 1 persen, maka sikap dan perilaku melawan berita hoax akan naik sebesar 21,9 persen. Kemudian diperoleh pula nilai keterampilan jurnalistik mahasiswa sebesar 0,501 persen. Hal ini menunjukkan bahwa keterampilan jurnalistik mahasiswa memberi pengaruh secara positif terhadap melawan berita hoax. Ketika keterampilan jurnalistik mahasiswa mengalami kenaikan sebesar 1 persen, maka sikap dan perilaku melawan berita hoax akan naik sebesar 50,1 persen.

Kata kunci: komitmen, keterampilan jurnalistik, melawan hoax, Pers Mahasiswa

A. Pendahuluan

Gejala berita *hoax* di awal tahun 2017 menjadi wacana aktual di tengah masyarakat Indonesia. Media massa pun banyak mengangkat isu tersebut untuk konsumsi pelanggannya. Salah satunya, *Kompas.com* pernah ‘terpeleset’ membuat berita hoax pada masa-masa kunjungan Raja Salman ke Indonesia. Mulanya *Kompas.com* menginformasikan perihal seorang perempuan yang diduga Putri Arab Saudi yang memakai pakaian penari Bali dengan judul berita *Cantiknya Putri Arab Saudi Kenakan Busana Bali Usai Spa*. Belakangan diketahui ternyata perempuan tersebut bukan merupakan Putri Arab Saudi seperti yang diberitakan *Kompas.com*, melainkan seorang pramugari. Meski sudah diklarifikasi dengan mengganti judul menjadi *Cantiknya Pramugari Rombongan Raja Salman Dengan Busana Penari Bali*, tetap saja kekeliruan tersebut telah menurunkan kualitas *Kompas.com* yang selama ini dinilai sebagai media yang kredibel.

Fenomena informasi *hoax*, menurut Irwansyah pakar komunikasi dari Universitas Indonesia, memperlihatkan karakter masyarakat informasi yang belum teredukasi dengan baik. Namun demikian bisa juga terjadi pada masyarakat yang sudah teredukasi baik tetapi belum bijak dalam menyikapi informasi. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan bersama dengan Kominfo pada 2015 melakukan penelitian dan hasilnya diketahui yang menjadi korban berita bohong maupun pesan singkat penipuan justru orang-orang yang mempunyai tingkat intelektualitas yang tinggi.¹ Kenyataan membanjirnya penyebaran berita bohong, berita yang tidak akurat dan hanya merupakan rekayasa di tengah masyarakat Indonesia membuat prihatin pemerintah, tokoh masyarakat, pemuka agama

¹ Lihat di https://kominfo.go.id/content/detail/8790/melawan-hoax/0/sorotan_media

maupun para pendidik. Hal ini terjadi seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi sebagai dampak globalisasi.

Selain teknologi informasi, sebab dari merebaknya berita palsu adalah si pembuat memiliki akses ke dunia *virtual* yang baik, namun di satu sisi memiliki motif memproduksi informasi yang dapat memicu emosi. Sejumlah motif diduga melatarbelakangi penyebaran informasi *hoax* ini, baik motif politik, ekonomi, psikologi, hingga ideologi.² “Sementara jika didasarkan pada perspektif komunikasi, tujuan informasi *hoax* adalah mengaburkan, memanipulasi, mengalihkan, mengevaluasi dan menantang kebenaran”, tambah Irwansyah.³ Meski diakui akhir-akhir ini pemanfaatan media sosial, mulai dari *Facebook*, *Twitter*, *Blog* hingga *Whatsapp Messenger*, untuk kepentingan manusia modern meningkat, namun bagai dua sisi mata uang, selalu saja terdapat kemanfaatan dan kemadharatan. Untuk kemanfaatan misalnya, dengan sarana media sosial aktivitas komunikasi Islam meningkat dengan tajam. Peningkatan ini terjadi karena beberapa keunggulan media sosial tersebut. Sebutlah misalnya, interaktivitas yang tinggi, jangkauan yang luas tanpa mengenal batas, dan biaya yang tidak mahal. Tidak heran bila banyak orang memilih media sosial untuk berbagi pengetahuan tentang Islam. Dalam membagi pengetahuan tentang Islam, menurut Abrar setidaknya ada tiga posisi pengirim. *Pertama*, orang awam. Mereka ingin membagikan pengetahuannya yang sedikit kepada orang lain. Harapannya, si penerima bisa belajar lebih lanjut. *Kedua*, ustadz. Mereka menyampaikan pengetahuannya seperti berceramah. Informasinya disusun bertolak dari alur tertentu. Harapannya lebih tinggi daripada harapan untuk orang awam, agar penerima bisa menyimpan dan mengamalkan ajaran Rasulullah Saw. *Ketiga*, pemikir. Mereka membahas satu masalah dengan mendalam dan terperinci. Begitu dalamnya bahasan itu, sehingga mereka seolah-olah sudah menjadi seorang ulama. Harapannya, si penerima mengenal betul ajaran Islam.⁴

² Kuatnya Pengaruh Hoax, Profesor dan Doktor Harus MengecekUlang.mediaindonesia.com/news/read/86326/...hoax.../2017-01-06, diakses 4 Maret 2017

³ Kaum Intelektual tak Kebal Hoax, *Republika* edisi 5 Januari 2017, h. 1

⁴ Ana Nadhya Abrar, *Komunikasi Islam Terbaik: Memperkuat Solidaritas dan Mengoptimalkan Potensi*. Makalah disampaikan dalam Seminar Nasional dan Kongres Asosiasi

Jika saja setiap hari terdapat ratusan ribu pesan tentang agama Islam yang berseliweran di media sosial, baik yang disampaikan oleh pengirim berposisi sebagai orang awam, ustadz, maupun pemikir, bisa dibayangkan hebatnya syiar agama Islam. Bisa dibayangkan betapa banyaknya jumlah informasi yang sampai ke tangan khalayak. Informasi tersebut akan memperkuat kesadaran umat Islam bahwa Islam merupakan rahmat bagi semesta alam. Namun demikian perlu diwaspadai berkembangnya penggunaan media sosial untuk menyebar berita palsu yang tidak akurat atau *hoax* yang dapat memberikan citra negatif kepada media massa lainnya. Kewaspadaan ini perlu dilakukan oleh semua pengguna media sosial tanpa kecuali, termasuk kemudahan dalam mengakses informasi dan menyebarkan informasi (sering disebut jurnalisme khalayak) telah tumbuh dan bergeser kearah yang mengkhawatirkan.

Berita bohong yang menyeret nama Panglima TNI dan Presiden Jokowi beberapa waktu lalu menjadi pintu awal mulai terpanggilnya masyarakat Indonesia untuk mulai memberantas berita yang muatannya sebagian besar berisi kebohongan semata tersebut.⁵ Berita *hoax* perlu diberantas karena dapat memicu berbagai dampak negatif seperti kebencian yang jika dibiarkan dapat mempengaruhi opini publik. Bahkan ulamapun diminta untuk kampanyekan anti *hoax*. Menurut Walikota Bandung, Ridwan Kamil, *hoax* tak hanya merugikan perorangan, tetapi sudah mengancam persatuan dan kesatuan bangsa. “Saya titip ke MUI (Majelis Ulama Indonesia) mengangkat tema ceramah ke umatnya”, kata Ridwan Kamil.”Insya Allah, kalau melibatkan MUI akan efektif. Kamipun sedang menyiapkan dakwah digital karena lebih banyak konten negatif, sementara yang positif kurang. Jadi saya (Ridwan Kamil) minta konten positif ke MUI.”⁶ Lukman Hakim Saefudin, menteri Agama RI juga pernah menulis di harian Republika (2 Januari 2017) mengenai pengalaman pribadinya sebagai seorang pejabat tinggi yang dirugikan oleh *hoax*.

Kekhawatian merebaknya *hoax* menuntut harus segera dicarikan solusi. Sebab sebagaimana terlihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Liza Fazio

Prodi KPI se-Indonesia yang diselenggarakan oleh FDK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 30 Agustus 2017

⁵ Merdeka.com, diakses 27 Februari 2017

⁶ Ulama Diminta Kampanyekan Anti Hoax, Republika edisi 5 Januari 2017. h. 9

dan timnya dari Vanderbilt University di Tennessee mengungkapkan, meski seseorang tahu bahwa judul beritanya salah, dengan membacanya berulang-ulang, akan membuatnya tampak benar dan masuk akal. Media sosial yang merupakan salah satu kategori bentuk komunikasi yang lahir di zamannya (*new media*) memberikan dampak negatif dan positif secara bersamaan bagi semua penggunanya, di banyak kalangan, termasuk para jurnalis. Kajian serius mengenai berita *hoax* belum banyak dilakukan orang. Sementara itu akibat dari informasi *hoax* telah menimpa banyak korban. Artikel ini menjelaskan tentang fenomena pergeseran nilai dalam produksi dan distribusi berita pada masyarakat, lebih khusus melihat pada aspek keterampilan jurnalistik dan komitmen mahasiswa dalam melawan berita *hoax*.

B. Berita: Aspek Terpenting dari Jurnalistik

Berita berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu *Vrit* yang artinya ada atau terjadi. Ada pula yang menyebutnya dengan istilah *Vritta* artinya ‘kejadian’ atau ‘peristiwa yang telah terjadi. Kemudian diserap ke dalam bahasa Indonesia menjadi ‘berita atau warta’. Adapun berita dalam bahasa Inggris disebut dengan istilah NEWS yang merupakan kependekan dari *North, East, West, and South*. Artinya berita memiliki sifat menghimpun keterangan atau informasi dari empat penjuru angin, informasi tersebut selama mengandung nilai berita dan patut diketahui publik, layak untuk dijadikan berita.⁷

Dengan demikian maka berita merupakan laporan yang bermakna tentang peristiwa, laporan yang menyangkut pilihan beberapa orang (terutama wartawan/jurnalis) yang melakukan pilihan yang memberi nama, menginterpretasikan, dan memberi bentuk kepada kejadian yang diketahui. Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa berita merupakan produk utama jurnalistik dan punya pengaruh hebat di masyarakat, sehingga kualitas berita menjadi poin penting yang harus diperhatikan. Berita berkualitas akan sangat bergantung salah satunya pada bagaimana kualitas dari seorang jurnalis yang menulis berita. Berita menurut Dan Nimmo inheren dengan politik karena melibatkan orang-orang yang melibatkan.

⁷ Indah Suryawati. *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), h. 68

Banyak jalan/prosedur yang diikuti oleh media (organisasi berita) dalam memproses peristiwa menjadi berita. Hal ini tentu juga mempengaruhi sifat laporan. Prosedur yang dimaksud mencakup: 1) penugasan mencari berita, 2) mengedit naskah. Pada penugasan mencari berita, dalam beberapa hal reporter mengambil inisiatif dalam menetapkan peristiwa yang bernilai berita (reporter dengan tugas umum maupun untuk peristiwa khusus- pertemuan politik, pidato). Sementara prosedur mengedit naskah berita, disesuaikan dengan jenis media nya, apakah disajikan melalui surat kabar, majalah, atau televisi. Meskipun demikian, cerita (berita) dapat dihentikan melalui putusan manajemen. Ini pernah terjadi, sebagaimana dikisahkan dalam Nimmo⁸, New York Times melakukan persiapan untuk menerbitkan laporan lengkap mengenai insiden Teluk Bagi yang direncanakan di Kuba oleh kesatuan-kesatuan anti Castro yang didukung oleh AS pada tahun 1961. Akan tetapi, eselon atasan surat kabar itu memutuskan untuk menghentikan cerita itu, terutama karena keberatan sendiri dan kemudian karena keberatan Presiden John Kennedy.

Yang jelas, tidak semua peristiwa bisa menjadi sebuah berita yang ditampilkan oleh media. Karena surat kabar atau majalah memiliki keterbatasan dalam ruang (jumlah lembar halaman yang sudah ditentukan), dan televisi atau radio memiliki keterbatasan dalam *time*/waktu siaran. Oleh karenanya jurnalis perlu memahami tentang apa saja peristiwa yang bernilai dan layak untuk dipublish. Suatu peristiwa mempunyai nilai berita jika orang menganggap bahwa informasi mengenai peristiwa itu penting. Mengutip pendapat Shibutani: "Berita adalah informasi yang lebih atau kurang penting yang dibutuhkan orang dalam melakukan penyesuaian terhadap keadaan yang berubah. Berita dicari, bahkan dengan pengorbanan yang besar, karena diperlukan untuk memperoleh posisi dalam dunia yang berubah dengan cepat." Dalam hal ini jurnalis masuk sebagai komunikator (yang terlembaga).

Nilai-nilai berita menurut Septiawan Santana adalah:⁹

⁸ Dan Nimmo, h. 225

⁹ Septiawan Santana K, , h. 17-20

1. *Immediacy* , sering disebut dengan *timelines*, ini terkait dengan kesegeraan peristiwa yang dilaporkan. Semakin baru atau aktual sebuah peristiwa relatif memiliki nilai yang lebih menarik.
2. *Proximity* (kedekatan), khalayak akan tertarik dengan peristiwa yang terjadi atau berada di dekat / sekitar mereka.
3. *Consequence* (konsekuensi), berita yang mengubah kehidupan masyarakat merupakan berita yang mengandung nilai konsekuensi. Misalnya, berita kenaikan harga BBM umumnya akan segera diikuti masyarakat karena berkaitan dengan konsekuensi kehidupan mereka sehari-hari.
4. *Conflict* (pertentangan), berita yang mengandung konflik seperti peperangan, pembunuhan, demonstrasi, tindak kriminal dapat lebih menarik minat masyarakat.
5. *Oddity* (keanehan/keluarbiasa), *Oddity* misalnya terdapat dalam berita tentang penyalonan seorang tukang cukur sebagai calon presiden.
6. *Sex*, bagi berita yang sifatnya kriminal atau infotainment, seks sering menjadi unsur utama. Akan tetapi dalam berita sport atau politik, barangkali seks hanya menjadi unsur tambahan.
7. *Emotion* (emosi), unsur ini banyak menyentuh perasaan seseorang. Semakin kuat daya tarik terhadap emosi masyarakat, rasa suka terhadap informasi yang disajikan dapat semakin tinggi.
8. *Prominence* (terkemuka/ternama), keteknenalan tidak harus orang, bisa jadi tempat, waktu, dan 'sesuatu', *name make a news*.
9. *Suspense* (ketegangan), unsur dari nilai berita ini menyangkut sesuatu yang ditunggu-tunggu terhadap sebuah peristiwa, tetapi tidak berakhir dengan kisah misteri. Misalnya perihal penantian masyarakat terhadap berita pelaku Bom Bali.
10. *Progress* (kemajuan), nilai ini menjadi penting karena masyarakat selalu menunggu perkembangan terhadap sesuatu.

Dengan demikian maka berita merupakan laporan yang bermakna tentang peristiwa, laporan yang menyangkut pilihan beberapa orang (terutama wartawan/jurnalis) yang melakukan pilihan yang memberi nama, menginterpretasikan, dan memberi bentuk kepada kejadian yang diketahui.

Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa berita merupakan produk utama jurnalistik dan punya pengaruh hebat di masyarakat, sehingga kualitas berita menjadi poin penting yang harus diperhatikan. Berita berkualitas akan sangat bergantung salah satunya pada bagaimana kualitas dari seorang jurnalis yang menulis berita. Kualitas jurnalis dibutuhkan demi terciptanya kualitas masyarakat. Untuk itulah kompetensi jurnalis sangat diperlukan sebagai salah satu syarat peningkatan kualitas pemberitaan dan berpengaruh pada peningkatan kecerdasan masyarakat sebagai khalayak yang menerima berita. Bahkan mantan Wakil Ketua Dewan Pers, Sabam L. Batubara mengatakan bahwa “Masyarakat yang cerdas terbentuk dari jurnalis yang cerdas”.

Berdasarkan rumusan Dewan Pers setidaknya ada tiga kategori kompetensi yang harus dimiliki seorang jurnalis antara lain:

1. Kesadaran (*awareness*), mencakup kesadaran seorang jurnalis bahwa setiap tindakan jurnalistiknya akan dipengaruhi oleh etika, hukum, dan karier. Artinya jurnalis bukan orang bebas yang bisa berbuat seenaknya.
2. Pengetahuan (*knowledge*), mencakup pengetahuan umum dan pengetahuan khusus sesuai bidang kewartawanan yang bersangkutan.
3. Keterampilan (*skills*), mencakup keterampilan menulis, wawancara, riset, investigasi, menggunakan berbagai peralatan seperti komputer, kamera, mesin *scanned*, faksimili, dan sebagainya.¹⁰

Berita yang objektif, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan semata-mata hanya dilahirkan dari hasil karya jurnalis (wartawan) yang memahami seluk beluk proses kegiatan jurnalistik sesuai dengan liputannya. Dengan kata lain, secara teknis di lapangan keterampilan atau disebut juga sebagai keahlian menjadi *entry point* bagi seorang jurnalis. Keterampilan yang dimaksud adalah keahlian mencari, meliput, mengumpulkan, wawancara, dan menulis berita.

1. Mencari Informasi

Wartawan hendaknya memiliki kepekaan dalam mencari informasi untuk dijadikan berita. Dengan kepekaan tersebut, wartawan diharapkan bisa membedakan antara peristiwa yang layak atau tidak untuk diberitakan. Kepekaan ditentukan oleh tiga hal, yaitu: pengetahuan, pengalaman, dan *interest*.

¹⁰ Nurudin, *Jurnalisme Masa Kini*, (2009, Jakarta: Rajawali Press), hal 161-163

2. Keahlian Meliput

Jurnalis atau wartawan hendaknya mampu meliput peristiwa apa saja yang terjadi dalam situasi atau kondisi apapun. Beranekaragamnya bidang peliputan seperti politik, ekonomi, pendidikan, sosial, budaya, dan sebagainya, menjadi acuan dalam penetapan mekanisme kerja redaksi suatu media. Sebab sekalipun keterampilan meliput berlaku untuk seluruh bidang, namun secara substansi, materi liputan diperlukan spesialisasi bidang liputan yang spesifik agar wartawan selanjutnya bisa lebih mendalami pengetahuan sesuai bidang liputannya.

3. Keahlian Mengumpulkan

Ada beberapa petunjuk yang dapat membantu pengumpulan informasi sebagaimana diungkapkan oleh Eugene J. Webb dan Jerry R. Salancik di antaranya observasi langsung dan tidak langsung terhadap suatu peristiwa, proses wawancara, penelitian bahan-bahan melalui dokumen publik, dan partisipasi dalam peristiwa.

4. Keahlian Menulis

Wartawan atau jurnalis hendaknya mampu menulis informasi yang diperolehnya dari suatu peristiwa atau fakta menjadi berita yang bermanfaat, bermakna dan menarik bagi khalayak.¹¹

C. Komitmen dalam tugas jurnalistik

Istilah komitmen berasal dari kata *commitment* (Inggris), yang sering juga disebut dengan *task commitment*. Secara bahasa *task commitment* diartikan sebagai sebuah tanggung jawab seseorang terhadap tugas yang dibebankan kepadanya. *Task commitment* atau komitmen pada tugas juga diartikan sebagai bentuk halus dari motivasi. Jika motivasi biasanya didefinisikan sebagai suatu proses energi umum yang merupakan faktor pemicu pada organisme, maka tanggung jawab energi tersebut ditampilkan pada tugas tertentu yang spesifik.

Menurut Douglas T. Kenrick, komitmen pribadi atau *personal commitment* merupakan apapun yang menghubungkan identitas individu lebih dekat dengan posisi atau tindakan. Apabila komitmen pribadi dikaitkan dengan organisasi yang diikuti maka akan terlihat hubungannya, sebagaimana Griffin

¹¹ Indah Suryawati, *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik* (2014:, Bogor: Ghalia Indonesia), hal. 91-92

(dalam DK Sari)¹² menyebutkan bahwa seorang individu yang bergabung dalam organisasi, dan memiliki komitmen yang tinggi kemungkinan akan melihat dirinya sebagai anggota sejati organisasi, dan untuk melihat dirinya sendiri menjadi anggota jangka panjang dalam organisasi. Sebaliknya, seorang individu yang rendah komitmennya lebih cenderung untuk melihat dirinya sebagai orang luar, dan mereka tidak ingin melihat dirinya sebagai anggota jangka panjang dari organisasi. Sebuah komitmen pribadi mengikat identitas individu kepada posisi atau tindakan, membuatnya lebih cenderung bahwa dia (laki-laki atau perempuan) akan mengikuti. Hal ini terjadi karena mayoritas individu lebih memilih untuk bersikap konsisten dan memiliki keinginan yang kuat untuk melihat diri mereka sebagai tipe orang yang sesuai dengan janji dan komitmen. (Baumeister, Stillwell, dan Heatherton.1994. Kerr, Garst, Lewandowski, dan Harris 1997).¹³ Sebagai konsekwensinya, komitmen yang tampaknya tidak memiliki arti (tidak signifikan) dapat menyebabkan perubahan perilaku yang besar. Komitmen yang dimiliki oleh pribadi (*personal commitment*) menurut Douglas T.Kenrick dan kawan kawan adalah:” *anything that connects an individuals identity more closely to a position or course of action*”.(terj. Apapun yang menghubungkan identitas individu lebih dekat dengan posisi atau tindakan).

Sementara itu, Sutisna mendefinisikan *task commitment* sebagai energi dalam diri yang mendorong seseorang untuk tekun dan ulet mengerjakan tugasnya meskipun mengalami macam-macam rintangan dalam melaksanakan tugas yang menjadi tanggung jawabnya, karena individu tersebut telah mengikatkan diri terhadap tugas tersebut atas kehendak sendiri.¹⁴ Menurut Reny Akbar Hawadi¹⁵, komitmen pada tugas diwujudkan dalam bentuk ketekunan, keuletan kerja keras, latihan yang terus-menerus, percaya diri dan suatu keyakinan dari kemampuan seseorang untuk menyelesaikan pekerjaan penting. Hal ini senada dengan pendapat Terman¹⁶ yang menyatakan bahwa komitmen pada tugas/ *task commitment* merupakan ciri-ciri ketekunan yang terus menerus dalam mencapai

¹² DK Sari-2014. *etheses-uin _malang.ac.id/1210/5/09410159* akses 5 Agustus 2017

¹³ Dalam Douglas T. Kenrick , et all. h. 211

¹⁴ Supriyatin Sutisna, <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/3650/10E00543.pdf>.21 juli 2014, diakses 2 Maret 2017

¹⁵ Reni Awad Hawadi, *Psikologi Perkembangan Anak*, (Jakarta: Grasindo, 2001), h.34

¹⁶ Dalam Sutisna, h. 26

tujuan akhir, integrasi kearah tujuan, lebih percaya diri dan bebas dari perasaan rendah diri. Lebih jauh Reny membatasi pengertian *task commitment* pada lima dimensi yaitu:

- 1) Tangguh, ulet, dan tidak mudah bosan
- 2) Mandiri
- 3) Menetapkan tujuan aspirasi yang realistis dengan resiko sedang
- 4) Suka belajar dan mempunyai hasrat untuk meningkatkan diri
- 5) Mempunyai hasrat untuk berhasil dalam bidang akademis.¹⁷

Task Commitment dalam beberapa kepustakaan memiliki padanan istilah yang berbeda. Renzulli menggunakan istilah tersebut untuk adanya motivasi dalam diri individu. Task commitment atau motivasi menurutnya merupakan ciri afektif yang penting pada orang yang berbakat.¹⁸ Adapun Galton (1896) lebih senang menggunakan istilah *zeal and power doing*, sementara Cox (1926) dan Passow (1981) menggunakan istilah *persistence*. Horwartz (1974) dan Treffinger (1981) serta Welberg (1981) tetap menggunakan istilah *motivation*. Sementara itu Utami Munandar berpendapat bahwa, *task commitment* merupakan bentuk motivasi internal yang mendorong seseorang untuk tekun mengerjakan tugasnya, meski mengalami berbagai rintangan/ hambatan, menyelesaikan tugas yang menjadi tanggung jawab, karena telah mengikatkan diri terhadap tugas tersebut atas kehendak sendiri. Definisi dari Utami Munandar inilah yang seterusnya digunakan sebagai acuan dalam riset ini.

D. Ciri-ciri Komiten pada Tugas

Meski beberapa ahli menggunakan istilah yang berbeda, dapat ditarik ketegasan bahwa *task commitment* adalah motivasi atau kekuatan yang mendorong seseorang untuk bertanggungjawab mengerjakan tugas yang diberikan kepadanya. Adapun ciri-ciri *task commitment* secara ringkas menurut beberapa ahli seperti: Freud¹⁹ Julius Chandra²⁰ dan Utami Munandar sebagai berikut:

¹⁷ Dalam Asih Winarti, h. 26

¹⁸ Lihat Utami Munandar.h.26

¹⁹ Asih Winarti, h.27

²⁰ Julius Chandra, *Kreativitas, Bagaimana Menemukan, Membangun dan Mengembangkan*, (Yogyakarta: Kanisius, 1994), h. 49

Freud	Julius Chandra	Utami Munandar
- tekun hadapi tugas	- hasrat utk bekerja	- motivasi internal
- tidak cepat putus asa	- kepekaan	- ketekunan
- tidak cepat puas	- minat	- keuletan
- minat yg beragam	- ingin tahu	- tanggung jawab
- senang bekerja sendiri	- berpikir mendalam	
- cepat bosan	- konsentrasi	
- pertahankan pendapat	- siap mencoba	
- keyakinan kuat	- sabar	
- solutif	- optimis	
	- mampu bekerja	

Dengan membandingkan beberapa pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa komitmen pada tugas adalah motivasi yang berasal dari dalam diri seseorang untuk bertanggungjawab terhadap tugas yang diiringi dengan ketekunan dan keuletan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

E. Faktor Yang Mempengaruhi Komitmen

Beberapa faktor yang mempengaruhi *task commitment* dapat dibedakan berdasarkan sumber asalnya, yakni faktor yang berasal dari dalam maupun luar diri seseorang, diantaranya sebagai berikut:

1. Faktor ekstrinsik, yaitu faktor yang berasal dari lingkungan, seperti:
 - a. Persaingan, adanya persaingan mendorong atau memacu seseorang untuk bekerja lebih keras untuk mencapai tujuan agar posisi yang diharapkan tidak ditempati oleh orang lain.
 - b. Umpan balik, adanya *reward* atau hadiah yang akan diberikan jika seseorang dapat menyelesaikan tugasnya dengan baik akan mendorong seseorang untuk bekerja dengan sungguh-sungguh.
2. Faktor intrinsik, yaitu faktor yang berasal dari diri individu itu sendiri, seperti:
 - a. Kebutuhan, adanya kebutuhan akan dihargainya hasil karya atau pekerjaan, kebutuhan akan rasa aman jika telah menyelesaikan tugas

dengan baik, dan sebagainya mendorong seseorang untuk mempunyai tanggung jawab terhadap tugas yang diberikan.

- b. Tujuan, keinginan untuk mencapai tujuan yang diharapkan membuat seseorang akan berusaha keras untuk mendapatkannya.
- c. Arti penting, menyadari akan arti pentingnya suatu kegiatan yang harus dilakukan, akan membuat seseorang untuk benar-benar bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan.²¹

F. Hasil penelitian dan pembahasan

Dari populasi yang berciri mahasiswa, aktif sebagai wartawan pers mahasiswa (Persma) di beberapa perguruan tinggi di wilayah Provinsi Jawa Tengah, kurang lebih berjumlah 750 orang, diambil sampel sebanyak 78 responden. Penelitian ini dilaksanakan pada komunitas yang khusus yaitu mahasiswa aktivis pers mahasiswa yang tersebar di beberapa kampus di Jawa Tengah. Mengingat Jawa Tengah jika secara geografis terbagi menjadi dua bagian, pesisir (Utara) dan pedalaman (Selatan) , maka diambil dua bagian tersebut, ditambah lagi di wilayah Barat. Untuk wilayah Utara Jawa Tengah diambil sampel dari Persma IDEA, MISSI dan AMANAT dari Universitas Islam Negeri (UIN) Walisngo Semarang; Persma VOKAL (UPGRIS) dan BP2M dari Universitas Negeri Semarang (UNNES). Untuk wilayah Selatan diambil sampel Persma SKETSA (UNSOED), OBSESI (IAIN PURWOKERTO); dari wilayah Selatan Jawa Tengah adalah MOTIVASI (UNS), PABELAN (UMS Surakarta), DINAMIKA (IAIN Salatiga).

Dari hasil analisis regresi mengenai pengaruh keterampilan jurnalistik terhadap perilaku wartawan mahasiswa(yang tergabung dalam Pers Mahasiswa di Jawa Tengah) dalam melawan berita hoax, diperoleh nilai keterampilan jurnalistik mahasiswa sebesar 0,501. Dengan demikian “keterampilan jurnalistik mahasiswa” memberi pengaruh positif (karena notasinya “+”) terhadap melawan berita hoax. Temuan ini menunjukkan ketika keterampilan jurnalistik mahasiswa mengalami kenaikan sebesar satu (1) persen --atau satuan lain- maka sikap dan perilaku melawan berita hoax akan naik sebesar 50,1%.

²¹ Asih Winarti, hlm.30

Hasil analisis regresi mengenai pengaruh komitmen terhadap melawan berita hoax diperoleh nilai komitmen sebesar 2,19. Dengan demikian “komitmen” memberi pengaruh positif (karena notasinya “+”) terhadap melawan berita hoax. Temuan ini menunjukkan ketika komitmen mengalami kenaikan sebesar satu (1) persen --atau satuan lain--, maka sikap dan perilaku melawan berita hoax akan naik sebesar 21,9 persen.

Ketiga, hasil analisis regresi mengenai pengaruh kedua variabel bebas berupa komitmen dan keterampilan jurnalistik mahasiswa (secara bersama) terhadap melawan berita hoax berupa R square sebesar 0,538. Ini menunjukkan bahwa model penelitian ini bagus. Dua variabel komitmen dan keterampilan jurnalistik mahasiswa mampu menjelaskan sebesar 58,8 persen terhadap karakter sikap dan perilaku melawan berita hoax pada mahasiswa aktivis Persma di Perguruan Tinggi di Jawa Tengah. Sedangkan 46,2 persen diterangkan/dijelaskan oleh variabel lain selain variabel independen (X1 dan X2)

Dari hasil analisis data juga dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 1,752. Angka ini menunjukkan bahwa sikap dan perilaku mahasiswa aktivis Persma di Perguruan Tinggi di Jawa Tengah dalam melawan berita hoax sudah tinggi. Sebab nilainya lebih dari 1 dan bernotasi positif (“+”). Karena konstanta menunjukkan potensi yang sudah ada saat variabel lain dianggap tidak ada, maka sesungguhnya potensi melawan berita hoax pada diri mahasiswa aktivis Persma di Perguruan Tinggi di Jawa Tengah sudah kuat.

Suhandang menjelaskan bahwa jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalis.²². Jurnalistik bersangkutan dengan kepandaian praktis menurut Adinegoro, sebab sebagai kepandaian praktis, jurnalistik adalah salah satu obyek disamping obyek-obyek lainnya dari Ilmu Publisistik (yang merupakan kepandaian ilmiah), yang mempelajari seluk beluk penyiaran berita-berita dalam keseluruhannya dengan

²² Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*. (Bandung: Nuansa Cendikia, 2016), h. 19

meninjau segala saluran (pers., radio, televisi, film, teater, rapat umum). Adapun Widjaya mengatakan bahwa jurnalistik merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan cara menyiarkan berita ataupun ulasannya mengenai berbagai peristiwa atau kejadian sehari-hari yang aktual dan faktual dalam waktu yang secepat-cepatnya.²³

Berita merupakan hal penting bagi manusia, namun tidak semua berita menjadi karya jurnalistik. Indah Suryawati dalam *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik* menyebutkan bahwa berita merupakan produk utama jurnalistik. Bahkan berita menempati porsi 90 persen dari isi keseluruhan media. Oleh karena itu, jurnalis sebagai pembuat berita dituntut bukan hanya berorientasi pasar (*market oriented*), juga berorientasi pada tugas (*duty oriented*) untuk menghasilkan berita yang berkualitas dan menarik. Jurnalis menjadi garda terdepan bagi maju dan berbobotnya industri media yang tengah berkembang saat ini, selain faktor manajemen media yang tangguh. Oleh karenanya, keterampilan jurnalistik yang mestinya dikuasai, menurut Indah Suryawati meliputi empat (4) hal:

1. Keahlian mencari (merekam fakta yang ditemukan secara teratur, mencatat yang bernilai, observasi sehingga bisa direproduksi dalam bentuk tulisan)
2. Keahlian meliput
3. Keahlian mengumpulkan (wawancara misalnya merupakan kegiatan mengumpulkan data di lapangan yang bersifat immaterial: ide, tanggapan, gagasan)
4. Keahlian menulis

Maraknya berita hoax dan kondisi pers mahasiswa di berbagai kampus yang terkesan gaungnya semakin tidak terlihat, dapat memunculkan kemungkinan dimanfaatkan oleh pers mahasiswa untuk kembali menampilkan diri dan menunjukkan kemampuan jurnalistiknya.²⁴ Sebagai lembaga pers kampus yang senantiasa diharapkan terbit tepat waktu, ditengah padatnya aktivitas mahasiswa dalam kuliah dan ekstra kurikuler, mudahnya mendapatkan informasi dari media sosial menjadi sebuah “kemudahan” yang cukup menggiurkan.

²³ *Ibid.*, h. 20

²⁴ Baca Wisnu Prasetyo Utomo dalam *Pers Mahasiswa Melawan Komersialisasi Pendidikan*

Pers mahasiswa sebagai salah satu lembaga yang bergerak di bidang jurnalistik sama-sama mengemban tugas mulia menyuguhkan berita yang bermanfaat kepada khalayak, khususnya *civitas academica*. Salah satu kebanggaan pers mahasiswa adalah karakteristik pers mahasiswa yang selalu mengemban idealisme tinggi untuk mengawal berjalannya birokrasi kampus agar kondusif dalam membangun perguruan tinggi yang bermutu dan profesional. Sebuah survei yang dilakukan oleh Wina Armada Sukardi (Sekretaris Dewan Kehormatan Persatuan Wartawan Indonesia-PWI), dengan menggunakan metode gabungan kualitatif dan kuantitatif, melakukan pemeriksaan apakah berita yang beredar benar atau tidak, dan mewawancarai penyebar berita hoax, diperoleh hasil/ bukti: hoax terbanyak soal informasi kesehatan. Sebanyak 27 % dari sekitar seribu berita hoax yang menjadi sampel (sejak Februari 2016 hingga Februari 2017) adalah berita kesehatan. Disusul berita politik (22%), kemudian berita tentang hiburan (15%). Selebihnya (36%) merupakan berita persaingan bisnis dan sebagainya. Menurut Wina, penyebar berita hoax kesehatan tersebut biasanya melakukannya secara tidak sengaja, karena merasa informasi tersebut bermanfaat dan harus segera diberitakan kepada orang lain. Dengan kata lain, tidak ada niat buruk untuk menyebarkan berita tersebut.²⁵

Ketua Komunitas Masyarakat Indonesia Anti Fitnah, Septiaji Eko Nugroho mengemukakan sejumlah langkah untuk mendeteksi informasi hoax agar pengguna media sosial tidak termakan berita fitnah, hasut dan hoax.²⁶ *Pertama*, melakukan cek silang jika menemukan judul berita yang provokatif dengan menggunakan mesin pencari google untuk memastikan apakah berita yang dibaca, ditulis dan diterbitkan juga oleh situs berita lain. *Kedua*, membandingkan judul dan isi dari masing-masing berita, sehingga bisa memperoleh kesimpulan yang lebih berimbang dari beberapa sudut pandang. *Ketiga*, netizen harap memperhatikan alamat situs web dan media yang menerbitkan, jika yang memuatnya adalah situs abal-abal, tidak terdaftar dalam Dewan Pers, maka harus lebih berhati-hati untuk mempercayainya. Secara umum media resmi lebih kredibel karena memiliki standar jurnalistik, mengikuti Pedoman Pemberitaan

²⁵ <http://www.antarane.ws.com/berita/626813/survei>, akses 7 Agustus 2017

²⁶ Lihat di <http://www.antarane.ws.com/berita/605560/melawan-hoax>

Media Siber dan dapat dilaporkan ke Dewan Pers jika ada pelanggaran. *Keempat*, melakukan cek fakta jika sumber informasi berasal dari sumber yang otoritatif, misalnya KPK, Polri, maka itu adalah pernyataan resmi, namun jika sumber informasi berasal dari pegiat ormas, tokoh politik, ataupun pengamat, netizen dihimbau untuk tidak langsung percaya begitu saja. *Kelima*, memperhatikan keberimbangan berita, apakah hanya memuat satu sumber, kemudian juga memuat sumber yang lain yang berseberangan, jika hanya dari satu sumber saja, tidak bisa mendapatkan gambaran utuh terkadang pembaca bisa membuat kesimpulan yang keliru. *Keenam*, melakukan cek foto di dalam artikel berita karena terkadang pembuat berita palsu juga mengedit foto untuk memprovokasi pembaca. Caranya, unduh atau screenshot foto di artikel lalu buka Google Images di browser dan seret (drag) foto itu ke kolom pencarian Google Images. Periksa hasilnya untuk mengetahui sumber dan caption asli dari foto tersebut. Sekarang juga khalayak sudah bisa menggunakan aplikasi Android untuk mengecek foto.

Terakhir, melaporkan Konten Negatif ke pihak di mana berita itu diposting, seperti Facebook melalui *fitur* Report Status, Google dengan menggunakan fitur Feedback untuk melaporkan situs yang keluar dari hasil pencarian sebagai situs palsu yang tidak benar. Atau publik bisa juga mengadukan konten negatif ke Kominfo dengan mengirimkan email ke aduankonten@mail.kominfo.go.id.

Adapun menurut Wina Armada Sukardi, ciri-ciri dari berita yang tersebar merupakan berita palsu sebagai berikut:

1. Menggunakan judul yang sensasional
2. Menggunakan kata-kata provokatif (seperti: "lawan" atau "sebar")
3. Sumber yang dimuat dalam berita biasanya tidak jelas (misalnya dalam berita itu ditulis penelitian dilaksanakan dokter di Amerika, tapi tidak tahu dokter siapa yang meneliti obat tersebut)

Daftar Referensi

- Abrar, Ana Nadhya, *Komunikasi Islam Terbaik: Memperkuat Solidaritas dan Mengoptimalkan Potensi*. Makalah Seminar Nasional dan Kongres Asosiasi Prodi KPI se-Indonesia yang diselenggarakan oleh FDK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 30 Agustus 2017
- 1995. *Panduan Buat Pers Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Arikunto, Suharsimi.2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*.Jakarta: Rineka Cipta
- Assegaff, Dja'far.1991. *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Tangkal Berita Hoax, Glenn Fredly Tekankan Pentingnya Riset. www.kapanlagi.com, akses 4 Maret 2017
- Chandra, Julius. 1994. *Kreativitas, bagaimana Menemukan, Membangun dan Mengembangkan*.Yogya: Kanisius
- Hawadi, Reny Awad, 2001. *Psikolog Perkembangan Anak*. Jakarta: Grasindo.2001
- Munandar, Utami. 1999. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta
- Nimmo, Dan.2005. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Kenrick, Douglas T, Steven L. Neuberg dan Robert B. Cialdini.2007, *Social Psychology: Goals in Interaction*.(Pearson International Edition), Boston:Pearson Education, Inc.
- Rahmi, Amelia 2016, *Implementasi Kde Etik Jurnalistik, mengedepankan Kesantunan Bermedia Menuju Masyarakat Madani* (Studi pada Surat Kabar Harian Nasional Republika). Buku Laporan Penelitian Individual. Dibiayai oleh DIPA LP2M UIN Walisongo Semarang
- Republika*, edisi 5 Januari (hal.1), Kaum Intelektual Tak Kebal Hoax
- Santana, Septiawan K. *Jurnalisme Kontemporer*.2005. Jakarta: Yayasan Obor
- Sari, D.K.2014.theses-uin_malang.ac.id/1210/5/09410159, akses 5 Agustus 2017
- Sugiyono. 2009.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyanto, Jurusan Menangkal Hoax dalam *Republika*, edisi 7 Januari 2017 (hal 7, opini)
- Suhandang, Kustadi. 2016. *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*. Bandung: Nuansa Cendekia
- Vredenberg,J., *Metode Dan Teknik Penelitian Masyarakat*.Jakarta: Gramedia.1984
- Winarti, Asih, 2006, Skripsi *Pengaruh Kemampuan Inteligensi dan Task Commitment Terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa Kelas II SLTP N I Gemolong*, Diterbitkan oleh Universitas Sebelas Maret.