

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia modern seperti di era sekarang yang semuanya sudah serba digital ini sangat menggantungkan dirinya pada teknologi—yaitu salah satunya dengan internet dan media sosial. Kehidupan di dunia maya seakan sudah menjadi gaya hidup dan hak asasi baru bagi masyarakat. Dampak dari pertukaran informasi yang sangat mudah dan cepat tersebut salah satunya adalah betapa mudahnya informasi—berita atau hal-hal yang tidak penting sekalipun—menyebar ke segala penjuru dunia, termasuk di Indonesia. Namun, penyebaran informasi yang sangat mudah ini bagai pisau bermata dua, karena di balik manfaatnya untuk masyarakat global yang dapat lebih mudah mengetahui apa yang terjadi di belahan dunia lain, seringkali informasi yang beredar merupakan informasi yang salah, palsu, dan bohong, atau yang lebih lazim disebut sebagai hoaks. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), “hoaks” memiliki arti “berita bohong”, serta dalam *Oxford English Dictionary*, “hoax” diartikan sebagai “*malicious deception*” atau kebohongan yang dibuat dengan tujuan jahat. Salah satu bukti nyata dari bahaya hoaks adalah kasus kerusuhan besar di Inggris pada Agustus 2024 lalu yang hingga melibatkan konflik rasisme dan terus berekskalasi sampai dua minggu sejak awal kejadian (Arrifa, 2024). Berkaca dari kasus tersebut, rasanya perlu untuk diadakannya langkah-langkah yang sistematis guna menangkal isu hoaks baik di tingkat nasional maupun lokal.

Indonesia sendiri merupakan negara dengan jumlah penduduk terbanyak keempat di dunia, terlebih lagi pulau Jawa menyandang predikat sebagai pulau dengan populasi terpadat di dunia (Pratiwi, 2023). *Netizen* Indonesia—sebutan untuk pengguna internet dan media sosial di Indonesia—juga terkenal sebagai pengguna internet paling masif di dunia. Bahkan *Windows* sebagai salah satu perusahaan perangkat lunak terbesar saat ini, dalam laporannya yang berjudul *Digital Civility Index* pada tahun 2020 yang dikutip dari Rubbik Media (Khaililullah, 2023) mengumumkan bahwa *netizen* Indonesia menduduki peringkat teratas sebagai pengguna internet terbanyak dan sekaligus yang paling tidak sopan di Asia Tenggara. Melihat gambaran tentang *netizen* di mata internasional, dan berkaca pada kehidupan sehari-hari, hoaks juga menjadi permasalahan yang cukup serius di Indonesia. Pemerintah sudah seharusnya mengeluarkan kebijakan atau program yang dapat menangkal dan mencegah isu-isu hoaks tersebut agar tidak menimbulkan kepanikan atau misinformasi di masyarakat, termasuk di dalam lingkup Kota Semarang sebagai salah satu kota terbesar di Pulau Jawa dan Ibukota Provinsi Jawa Tengah.

Kota Semarang juga tidak luput dari penyebaran berita hoaks di internet. Dikutip dari laman akun *Instagram* resmi Diskominfo Kota Semarang—berdasarkan data dari Kemkominfo—jumlah hoaks yang tercatat sepanjang tahun 2023 sendiri berjumlah 15 kasus berita, sedangkan hasil observasi dari laman resmi *Website* Jaga Fakta terdapat setidaknya 51 kasus berita hoaks yang berhasil dikonfirmasi hingga November 2024. Dilansir dari laman resmi Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi), sempat beredar berita hoaks tentang larvasida

dan *fogging* berbayar mengatasnamakan Dinas Kesehatan Kota Semarang (Komdigi, 2024). Pemkot Semarang tentu memiliki tanggung jawab untuk memberikan solusi atas maraknya hoaks yang beredar di masyarakat, sehingga dapat menciptakan iklim informasi yang sehat serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintahnya sendiri. Berlandaskan hal di atas, akhirnya Pemerintah Kota Semarang berinovasi dalam bidang *e-government* dengan meluncurkan *Website* Jejaring Pengawasan Fungsi Anti Hoaks Kota Semarang atau disingkat Jaga Fakta.

Dian Aryanto selaku Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik Diskominfo Kota Semarang, dalam pernyataannya yang dikutip dari Antara Jateng (Laeis, 2024), menyatakan bahwa *Website* Jaga Fakta Semarang adalah inovasi dalam bentuk *platform* untuk mengelola hoaks di Semarang agar masyarakat tidak menjadi korban. Jaga Fakta berfungsi untuk menangkal isu-isu hoaks yang beredar dengan cara menindak lanjuti laporan masyarakat yang masuk ke *website*, menkonfirmasi isu tersebut ke pihak berwenang, lalu mempublikasi kembali berita yang sudah dikonfirmasi ke masyarakat, dengan pernyataan apakah isu tersebut benar adanya atau hoaks. Jaga Fakta juga menggandeng institusi lain untuk membantu penangkalan isu-isu yang masuk, seperti kepolisian, Bawaslu, KPU, dan kementrian. Mukhamad Khadik selaku P.J. Sekda Kota Semarang dalam paparannya pada acara Uji Visitasi Komisi Informasi Pemprov Jateng (24/10) dalam laman PPID Semarang menuturkan bahwa dasar hukum yang menaungi *Website* Jaga Fakta tertuang dalam SK Wali Kota Semarang Nomor 000.6.4.2/611

Tahun 2024 tentang Pembentukan Satuan Tugas Jejaring Pengawasan Fungsi Anti Hoaks Kota Semarang (JAGA FAKTA) (PPID Kota Semarang, 2024).

Inovasi kebijakan pemerintahan, seperti *Website* Jaga Fakta, mencerminkan adaptasi pemerintah dalam merespons kebutuhan masyarakat di era digital, khususnya dalam memerangi hoaks. Prinsip ini sejalan dengan beberapa faktor dalam inovasi kebijakan pemerintahan, seperti *compability*, *complexity*, dan *triability*. Faktor *compatibility* atau kesesuaian terlihat dalam kesesuaiannya dengan nilai-nilai yang berkembang di masyarakat, seperti kebutuhan akan informasi yang akurat dan transparan. Selain itu, kompleksitas (*complexity*) dari suatu inovasi kebijakan dapat diminimalkan dengan desain yang ramah pengguna dan fitur yang intuitif, sehingga mendorong partisipasi masyarakat. Sementara itu, *triability* atau triabilitas berperan penting, di mana produk dari inovasi kebijakan memungkinkan masyarakat untuk mencoba dan merasakan langsung manfaatnya, misalnya melalui fitur pelaporan atau penyebaran fakta. Beberapa contoh faktor ini bekerja bersama untuk meningkatkan kepercayaan dan adopsi masyarakat terhadap inovasi tersebut sebagai alat strategis dalam melawan informasi yang menyesatkan.

Media publikasi berbasis digital seperti Jaga Fakta memiliki peran yang sangat penting sebagai salah satu alat pemerintah untuk menjangkau masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan definisi salah satu jenis *e-government* menurut Indrajit dalam Noviana yaitu konsep *G2C* atau *Government to Citizen* (Indrajit, *E-Government in Action*, 2005) yang menjelaskan bahwa *G2C* mencakup penyebaran informasi kepada masyarakat, layanan dasar masyarakat seperti pembaruan surat izin, pemesanan akta kelahiran/kematian/pernikahan, dan pembayaran pajak

pendapatan, yang membantu masyarakat untuk layanan dasar seperti pendidikan, kesehatan, informasi rumah sakit, perpustakaan, dan lain-lain. Kualitas sebuah *website* anti-hoaks juga memiliki peran krusial dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan pemerintah. Sebuah *website* yang efektif dirasa perlu untuk memenuhi beberapa indikator, seperti aksesibilitas, akurasi informasi, transparansi, dan interaktivitas. Jika *website* ini sulit diakses, atau jika informasi yang disampaikan diragukan keakuratannya, maka sudah tentu masyarakat cenderung enggan menggunakannya sebagai sumber utama informasi.

Sayangnya, karena *Website* Jaga Fakta terhitung masih seumur jagung, belum banyak artikel yang membahas tentang topik penelitian ini. Penelitian terdahulu yang dapat dijadikan acuan bagi penulis adalah penelitian-penelitian yang membahas tentang persepsi masyarakat terhadap *good governance* atau program media publikasi isu hoaks lainnya. Namun bukan berarti topik ini tidak dapat diteliti, justru topik ini menjadi menarik bagi penulis karena penulis masih menemukan beberapa masalah pada Jaga Fakta seperti kurangnya sosialisasi ke masyarakat atau keluhan langsung dari pengunjung laman resmi di akun media sosial Pemkot Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami latar belakang terciptanya inovasi pada bidang *e-Government Website* Jaga Fakta Semarang sebagai media publikasi dan pengelolaan hoaks. Diharapkan dengan mengetahui latar belakang terciptanya inovasi kebijakan ini, masyarakat menjadi lebih percaya dengan *Website* Jaga Fakta, menaikkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah atas inovasi-inovasi barunya, serta mendorong pemerintah untuk lebih

mengembangkan *website* ini jika nantinya terdapat celah-celah yang ditemukan agar dapat mengurangi penyebaran hoaks di Kota Semarang. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kebijakan berbasis data yang lebih terfokus pada transparansi dan partisipasi publik. Selain itu, temuan penelitian dapat menjadi referensi bagi daerah lain untuk mengembangkan platform serupa guna memperkuat literasi digital dan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah, yang pada akhirnya mendukung pencapaian prinsip-prinsip *good governance*, serta mendorong peneliti lain untuk meneliti topik ini lebih dalam lagi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa yang melatar belakangi terciptanya inovasi *website* Jaga Fakta sebagai media publikasi dan pengelolaan hoaks di Kota Semarang?
2. Apa saja faktor pendorong terciptanya inovasi *website* Jaga Fakta?
3. Apa saja manfaat dari inovasi *website* Jaga Fakta?

1.3. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui latar belakang terciptanya inovasi kebijakan *website* Jaga Fakta sebagai media publikasi dan pengelolaan hoaks.

2. Memahami apa saja faktor yang mendorong munculnya inovasi *website* Jaga Fakta.
3. Mengetahui manfaat-manfaat dari inovasi *website* Jaga Fakta.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, yang keduanya adalah sebagai berikut:

A. Manfaat Teoritis

1. Memberikan manfaat bagi pemerintah atau dinas terkait dalam mewujudkan media publikasi dan pengelolaan hoaks yang baik.
2. Menjadi referensi bagi penelitian sejenis.

B. Manfaat Praktis

1. Bermanfaat bagi pembaca dan penulis untuk mengetahui inovasi *e-government* pada *website* Jaga Fakta.
2. Menjadi acuan bagi pemerintah dalam mengembangkan media publikasi dan pengelolaan isu hoaks.

1.5. Tinjauan Pustaka

Dalam proses menyusun penelitian ini, penulis meninjau beberapa penelitian yang berhubungan dengan topik. Beberapa penelitian tersebut diantaranya:

1. Penelitian oleh Fadjriah dan Damayanti (2024) tentang “*Strategi Jabar Saber Hoaks Sebagai Media Klarifikasi Hoaks Melalui Pengelolaan Konten Pada Media Sosial Instagram @jabarsaberhoaks*”. Penelitian ini berfokus

pada bagaimana strategi Jabar Saber Hoaks dalam menyampaikan klarifikasi hoaks sebagai program kerja Jabar Saber Hoaks, serta bagaimana keterkaitan program kerja Jabar Saber Hoaks mengenai pengelolaan konten pada media sosial *Instagram @jabarsaberhoaks* dengan lingkup kerja kehumasan. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa Diskominfo Provinsi Jawa Barat lewat Unit Jabar Saber Hoaks berhasil memanfaatkan media sosial untuk memaksimalkan penyampaian informasinya kepada publik dengan mengikuti perkembangan teknologi. Jabar Saber Hoaks juga mengembangkan bentuk komunikasinya ke informasi klarifikasi yang kreatif dan tidak monoton untuk lebih relevan ke anak muda (Fadjriah & Damayanti, 2024).

2. Penelitian oleh Sari dan Yulianita (2023) tentang “*Media Tracking Jabar Saber Hoaks sebagai Upaya Mengendalikan Hoaks*”. Penelitian ini membahas tentang kegiatan *media tracking* yang dilakukan oleh Jabar Saber Hoaks dan Pemprov Jabar dalam memantau penyebaran hoaks di media sosial X (twitter), serta antisipasi Pemprov Jabar terhadap hoaks. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa penyebaran hoaks di media sosial X (twitter) tidak jauh berbeda dengan media sosial lainnya, yaitu dalam bentuk gambar yang sudah dimodifikasi dan dimanipulasi, yang kemudian dibumbui narasi-narasi provokatif. Pemprov Jabar juga menggunakan *media tracking* dalam kegiatan pemantauan hoaks, namun bukan sebagai sistem utama. Selanjutnya tim Jabar Saber Hoaks melakukan klarifikasi dan

edukasi yang disebarkan melalui media sosial sebagai bentuk antisipasi penyebaran hoaks lebih lanjut (Sari & Yulianita, 2023).

3. Penelitian oleh Rini, Setiyono, dan Wijayanto (2023) tentang “*Partisipasi Publik Virtual dalam Pencegahan Hoaks Melalui Website Jabar Saber Hoaks*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses partisipasi elektronik dalam media pencegahan hoaks. Hasil temuan dalam penelitian ini adalah pertama, tren aduan hoaks terpopuler banyak berkaitan dengan isu-isu yang sedang berkembang luas di media sosial. Kedua, jika dihitung per bulan rata-rata jumlah partisipan tergolong rendah. Karena jumlah pengguna internet di Jawa Barat mencapai 35,1 juta dan menduduki peringkat pertama se-Indonesia. Ketiga, proses pelayanan bersifat satu arah sehingga tidak ditemukan interaksi publik yang deliberatif pada platform tersebut (Rini, Setiyono, & Wijayanto, 2023).
4. Penelitian oleh Dermawan dan Nugraha (2024) tentang “*Pengelolaan Media Sosial Instagram @jabarsaberhoaks oleh Tim Jabar Saber Hoaks dalam Menanggulangi Berita Hoaks terhadap Masyarakat Jawa Barat*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan Instagram @jabarsaberhoaks yang dilakukan oleh Tim Jabar Saber Hoaks dalam menanggulangi berita hoaks terhadap masyarakat Jawa Barat. Hasil dari penelitian ini adalah pengelolaan Instagram @jabarsaberhoaks telah memenuhi beberapa kriteria Model SoMe menurut Regina Luttrell, namun perlu memenuhi aspek optimalisasi seluruh fitur Instagram, *tools* dan penggunaan *influencer relations* (Dermawan & Nugraha, 2024).

5. Penelitian oleh Rahmawan, Garnesia, dan Hartanto (2023) tentang *“Checking the Fact-Checkers: Analyzing the Content of Fact-checking Organizations as Initiatives for Hoax Eradiction in Indonesia”*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji artikel-artikel cek fakta yang diterbitkan oleh MAFINDO menggunakan analisis konten. Hasil dari penelitian ini adalah jumlah hoaks yang diperiksa meningkat setiap tahun selama periode analisis. Penelitian ini juga menemukan bahwa tema politik mendominasi seluruh artikel cek fakta yang diverifikasi oleh MAFINDO, yang sebagian besar hoaks yang beredar dan diverifikasi MAFINDO ditemukan di *Facebook*, serta hoaks paling banyak ditemukan dalam bentuk gambar non-video dan teks (Rahmawan, Garnesia, & Hartanto, 2023).

1.6. Kerangka Teori

1.6.1. E-Government

E-government atau *electronic government* (pemerintahan elektronik) secara garis besar dapat didefinisikan sebagai konsep penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), terutama internet, untuk memberikan layanan publik, meningkatkan efisiensi administratif, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan. *E-government* bertujuan untuk mewujudkan hubungan yang lebih transparan, efisien, dan interaktif antara pemerintah dengan masyarakat, dunia usaha, dan instansi lainnya.

Menurut Bank Dunia (*World Bank*), *e-government* didefinisikan sebagai penggunaan teknologi informasi oleh instansi pemerintah (seperti

jaringan area luas, internet, dan komputasi *mobile*) yang memiliki kemampuan untuk mentransformasi hubungan dengan warga negara, bisnis, dan lembaga pemerintahan lainnya (World Bank, 2005).

Penggunaan teknologi informasi—dalam hal ini khususnya internet—bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik. Sesuai dengan konsep *e-government*, diharapkan bahwa suatu negara akan mendapatkan keuntungan dengan adanya usaha guna meningkatkan kualitas layanan pemerintah kepada kelompok yang ikut terlibat seperti masyarakat, industri, dan bisnis. Fokus utamanya adalah untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional pemerintah dalam berbagai sektor kehidupan bernegara, termasuk dalam memperbaiki tingkat transparansi, pengendalian, dan pertanggungjawaban dalam penyelenggaraan pemerintahan sebagai bagian dari implementasi prinsip-prinsip *Good Corporate Governance (GCG)*.

Konsep *e-government* jika diterapkan memiliki berbagai keuntungan, seperti meningkatkan kualitas layanan pemerintah kepada para *stakeholders*, terutama dalam hal efisiensi dan efektivitas di berbagai bidang; menerapkan konsep *Good Corporate Governance* dapat meningkatkan transparansi, pengendalian, dan akuntabilitas dalam penyelenggaraan pemerintahan; secara signifikan dapat mengurangi biaya administrasi, komunikasi, dan interaksi sehari-hari yang dikeluarkan oleh pemerintah atau *stakeholders*; dan memberikan peluang kepada pemerintah untuk

memperoleh pendapatan baru melalui interaksi dengan pihak yang berkepentingan.

Berdasarkan penelitian dari *Harvard JFK School of Government* dalam Indrajit, untuk berhasil dalam menerapkan gagasan-gagasan e-government di sektor publik, terdapat tiga unsur krusial yang harus dipertimbangkan, yaitu dukungan (*support*), kapasitas (*capacity*), dan nilai (*value*) (Indrajit, Konsep dan Strategi Electronic Government, 2016). Ketiga unsur tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Dukungan (*Support*)

Dukungan berkenaan dengan komitmen pemerintah dalam menerapkan konsep digitalisasi pelayanan secara penuh. Budaya birokrasi yang cenderung menggunakan model manajemen "*top down*" berarti bahwa dukungan untuk penerapan digitalisasi pelayanan yang efektif harus dimulai dari tingkat pemerintahan tertinggi dan menyebar ke tingkat bawah. Dukungan yang diharapkan meliputi indikator berikut: a) Pengakuan terhadap dasar *e-government* sebagai elemen kunci bagi kesuksesan negara dalam mencapai visi dan misi nasional harus menjadi prioritas utama, sejajar dengan perlakuan terhadap elemen-elemen sukses lainnya; b) Pembangunan infrastruktur dan superstruktur pendukung yang beragam sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan digitalisasi pelayanan. Ini meliputi implementasi peraturan pemerintah dan hukum yang tegas terkait

peran lembaga-lembaga khusus; dan c) Penyampaian konsep digitalisasi pelayanan secara menyeluruh, berkelanjutan, dan konsisten kepada seluruh jajaran birokrat dan masyarakat umum harus dilakukan melalui kampanye-kampanye yang persuasif dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

2. Kapasitas (*Capacity*)

Kapasitas bersinggungan dengan kemampuan pemerintah dalam mengimplementasikan digitalisasi pelayanan. Beberapa bentuk kapasitas yang dimiliki pemerintah antara lain: a) alokasi sumber daya anggaran, yang merupakan kunci utama dalam menjalankan berbagai inisiatif digitalisasi pelayanan; b) Infrastruktur teknologi informasi yang memadai sangat krusial, karena fasilitas dalam konteks ini merupakan separuh dari kunci sukses dalam menerapkan digitalisasi layanan; dan c) Ketersediaan tenaga kerja yang memiliki kualifikasi dan keahlian yang tepat—faktor kunci agar digitalisasi layanan dapat memberikan manfaat yang diinginkan.

3. Nilai (*Value*)

Nilai berkenaan dengan manfaat yang nantinya akan dihasilkan dari program yang akan diterapkan. Usaha-usaha untuk mengembangkan digitalisasi pelayanan tidak akan efektif apabila tidak ada satupun pihak yang merasakan manfaat dari implementasi konsep tersebut, terutama dari sudut pandang masyarakat sebagai pengguna layanan (*demand side*). Oleh karena itu, pemerintah perlu

mempertimbangkan dengan seksama prioritas dalam memajukan digitalisasi layanan, guna memastikan bahwa masyarakat benar-benar mendapatkan manfaat besar dari langkah tersebut. Kesalahan dalam menilai kebutuhan masyarakat dapat berdampak merugikan pemerintah, sehingga penting untuk dilakukan upaya terus-menerus untuk menyempurnakan konsep digitalisasi pelayanan.

1.6.2. Inovasi

Inovasi dalam pemerintahan dapat dianggap sebagai sesuatu yang relatif baru, mengingat istilah "inovasi" sebelumnya lebih sering dikaitkan dengan sektor bisnis daripada sektor publik. Hal ini diperkuat oleh pandangan Kelman (Kelman, 2005), yang menyatakan bahwa sektor publik tertinggal dibandingkan sektor bisnis dalam hal dinamika inovasi. Kelman juga menjelaskan bahwa awalnya tulisan-tulisan terkait teori organisasi lebih banyak berfokus pada organisasi sektor publik dibandingkan sektor bisnis.

Namun, seiring waktu, ilmu organisasi mulai berkembang lebih pesat dalam sektor bisnis. Suwarno menjelaskan bahwa banyak konsep baru dalam ilmu pemerintahan sebenarnya diadopsi dari pendekatan organisasi di sektor bisnis (Suwarno, 2008). Salah satu contohnya adalah karya Osborne, *Reinventing Government*, yang memperkenalkan "semangat wirausaha" ke dalam pelayanan publik, yang kini dikenal dalam ilmu pemerintahan sebagai *New Public Management* (NPM). Menurut Suwarno, meskipun terjadi banyak perubahan dan dinamika, semangat inovasi dalam sektor publik tetap

harus dipertahankan untuk mengatasi hambatan dalam sistem pelayanan publik.

Menurut Everett M. Rodgers, inovasi didefinisikan sebagai ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau kelompok yang mengadopsinya (Rodgers, 1983). Dalam konteks kebijakan dan pelayanan publik, OECD mendeskripsikan inovasi sebagai cara baru untuk memengaruhi kehidupan masyarakat dan pendekatan baru yang melibatkan warga sebagai mitra dalam membangun masa depan.

Penelitian ini kedepannya akan menggunakan beberapa atribut yang diambil dari buku *Difusion of Innovation* yang ditulis oleh Everett M. Rodgers berupa konsep adopsi inovasi kepada masyarakat. Konsep ini akan digunakan untuk melihat bagaimana proses pemanfaatan atau adopsi inovasi kebijakan diterima oleh penyelenggara dan pengguna, yang dalam hal ini Diskominfo Kota Semarang serta masyarakat Kota Semarang sebagai pengguna. Adapun atribut dalam konsep adopsi inovasi kebijakan Rodgers antara lain; *relative advantage*, *compability*, *complexity*, *triability*, dan *observability*. Penjelasan lebih lanjut akan kelima indikator di atas adalah sebagai berikut:

1. Keuntungan relatif (*relative advantage*)

Keuntungan relatif adalah atribut yang menunjukkan nilai lebih atau manfaat yang ditawarkan oleh sebuah inovasi dibandingkan dengan cara atau sistem sebelumnya. Karakteristik ini menjadi pembeda

utama inovasi tersebut, menciptakan nilai baru yang dapat menarik minat adopsi oleh individu atau organisasi.

2. Kesesuaian (*compatibility*)

Kesesuaian adalah sejauh mana sebuah inovasi dianggap selaras dengan nilai-nilai, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan calon pengadopsinya, dalam hal ini masyarakat. Artinya, inovasi baru tidak bertujuan untuk sepenuhnya menggantikan atau bertentangan dengan inovasi sebelumnya, melainkan membangun atau berkembang dari dasar inovasi yang sudah ada. Dengan cara ini, inovasi baru dapat diterima lebih mudah karena memiliki relevansi dan kesesuaian dengan konteks sosial, budaya, atau kebutuhan yang sudah ada. Semakin tinggi tingkat kesesuaian suatu inovasi, semakin besar peluangnya untuk diterima dan diadopsi oleh masyarakat.

3. Kerumitan (*complexity*)

Kerumitan merupakan atribut inovasi yang merujuk pada sejauh mana suatu inovasi dianggap sulit untuk dipahami atau digunakan oleh calon pengadopsi. Inovasi yang memiliki tingkat kebaruan tinggi sering kali diiringi dengan kerumitan yang lebih besar. Namun, jika inovasi tersebut dirancang agar lebih ramah pengguna (*user-friendly*), kerumitan ini dapat diminimalkan sehingga tidak menjadi penghalang bagi adopsi. Semakin mudah suatu inovasi untuk dipahami dan digunakan, semakin besar kemungkinan calon pengguna merasa nyaman dan bersedia untuk mengadopsinya. Oleh

karena itu, pengembangan inovasi yang kompleks perlu didampingi dengan upaya penyederhanaan atau pelatihan agar lebih mudah diadaptasi oleh masyarakat.

4. Kemungkinan untuk diuji coba (*triability*)

Kemungkinan untuk diuji coba atau *triability* merupakan atribut inovasi yang mengacu pada sejauh mana inovasi dapat diujicobakan sebelum diadopsi sepenuhnya. Semakin mudah inovasi diuji oleh calon pengguna, semakin besar peluangnya untuk diterima. Proses uji coba memberikan kesempatan bagi pengguna untuk memahami manfaat dan cara kerja inovasi tersebut secara langsung. Selain itu, atribut ini juga memungkinkan adanya perubahan atau pengembangan lebih lanjut (*re-invention*) berdasarkan umpan balik selama masa uji coba. Dengan demikian, *triability* membantu mengurangi risiko adopsi inovasi baru dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap manfaatnya.

5. Kemudahan untuk diamati (*observability*)

Observability merujuk pada sejauh mana suatu inovasi dapat dengan mudah dilihat dan diamati oleh banyak orang, baik dari segi proses implementasinya maupun manfaat yang diperoleh dari inovasi tersebut. Semakin terlihat jelas hasil dari suatu inovasi, semakin besar kemungkinan orang lain tertarik untuk mengadopsinya. Hal ini karena proses dan manfaat yang terlihat dapat mempengaruhi persepsi positif dan mendorong adopsi lebih luas oleh masyarakat.

Inovasi yang memiliki tingkat observability tinggi memungkinkan calon pengguna untuk melihat langsung keberhasilan atau dampak positif yang dihasilkan, sehingga mempercepat difusi inovasi tersebut.

1.6.3. *Fact-checking*

Konsep pemeriksaan fakta mulai dikenal luas di New York pada era 1920-an. Pada saat itu, majalah *Time* mengemukakan pentingnya keberadaan tim editorial yang bertugas meninjau isi publikasi agar akurat dan objektif sebelum diterbitkan (Fabry, 2017). Pemeriksa fakta bertanggung jawab untuk menelusuri klaim-klaim yang dapat dibuktikan kebenarannya, kemudian memverifikasi atau menyangkalnya. Karena kredibilitas merupakan salah satu faktor utama dalam kesuksesan media jurnalistik, kehadiran unit pemeriksa fakta pun dengan cepat menjadi bagian penting di berbagai redaksi. Seiring waktu, pemeriksaan fakta pun dipandang sebagai elemen esensial dalam praktik jurnalisme yang berkualitas.

Dengan berkembangnya teknologi, khususnya internet, kegiatan pemeriksaan fakta menjadi semakin menantang sekaligus semakin penting. Situs *Factcheck.org* yang diluncurkan pada tahun 2003 menjadi pelopor platform pemeriksa fakta daring berskala besar, dengan fokus awal pada keakuratan pernyataan tokoh-tokoh politik utama. Tidak lama kemudian, pada tahun 2007, *Politifact* hadir dengan metode evaluasi klaim politik menggunakan “*truth-meter*”. Setelah itu, muncullah gelombang organisasi

pemeriksa fakta independen (bukan bagian dari redaksi internal), seperti *Snopes*, *AFP Fact Check*, *AP Fact Check*, dan lainnya (Kessler, 2014).

Berdasarkan tulisan Jarrette dan Kotova dalam Daly yang berjudul *“Immersive Truth: How Groups and their Stories Construct and Deconstruct Propaganda in the Digital Age”*, pada tahun 2015, *International Fact-checking Network (IFCN)* merilis kode etik internasional untuk membantu organisasi-organisasi cek fakta lainnya dalam menjalankan tugasnya (Daly, 2024). Kode etik tersebut diantaranya adalah:

1. Netralitas

Netralitas atau *A Commitment to Non-partisanship and Fairness* berarti seorang *fact-checker* tidak boleh memiliki afiliasi politik atau keberpihakan terhadap kelompok tertentu. Hal ini penting untuk menjaga kredibilitas dan kepercayaan publik.

2. Transparansi Sumber Informasi

Transparansi sumber atau *A Commitment to Standards and Transparency of Sources* maksudnya adalah semua informasi yang diperiksa harus merujuk pada sumber yang dapat diverifikasi. Pembaca harus bisa mengakses sumber aslinya secara langsung.

3. Transparansi Pendanaan

Transparansi pendanaan atau *A Commitment to Transparency of Funding & Organization* bermaksud untuk menjelaskan siapa yang menjalankan proyek dan bagaimana pembiayaannya.

4. Transparansi Metodologi

Transparansi metodologi (*A commitment to Standards and Transparency of Methodology*) berarti organisasi *fact-checking* wajib menjelaskan bagaimana proses pengecekan dilakukan, termasuk metode yang dipakai, siapa yang melakukannya, dan alat apa yang digunakan.

5. Keterbukaan pada Kritik

Keterbukaan pada kritik atau *A Commitment to an Open & Honest Corrections Policy* memiliki arti bahwa *fact-checking* juga harus membuka ruang bagi pembaca untuk menyampaikan kritik, protes, atau sanggahan disertai bukti, agar prosesnya tetap akuntabel.

Kelima kode etik cek fakta di atas kedepannya akan digunakan dalam penelitian ini guna meneliti Jaga Fakta sebagai media publikasi yang menggunakan cek fakta sebagai mekanisme utama dalam menjalankan tugasnya di Kota Semarang

1.7. Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep merupakan penjabaran suatu konsep abstrak menjadi indikator-indikator spesifik yang dapat digunakan untuk menganalisis suatu objek penelitian. Berikut deskripsi operasional konsep dari penelitian ini:

a. E-government

E-Government atau pemerintahan elektronik adalah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) oleh pemerintah untuk

meningkatkan efisiensi, efektivitas, transparansi, serta aksesibilitas layanan publik.

Dalam penelitian ini, *e-government* akan dianalisis melalui tiga indikator utama, yaitu *support* (dukungan infrastruktur dan regulasi), *capability* (kapasitas sumber daya manusia dan teknologi), serta *value* (nilai atau manfaat yang diberikan kepada masyarakat).

b. Inovasi

Inovasi dapat didefinisikan sebagai proses pengembangan atau penerapan ide, metode, atau teknologi baru untuk menciptakan perubahan yang lebih efektif dan efisien dalam suatu sistem atau organisasi. Dalam konteks kebijakan publik, inovasi sering kali dikaitkan dengan upaya menciptakan solusi baru untuk meningkatkan layanan publik dan efektivitas pemerintahan.

Dalam operasionalisasi konsepnya, inovasi dapat diukur dengan beberapa indikator utama, seperti *relative advantage* (keunggulan relatif dibanding metode sebelumnya), *compatibility* (kesesuaian dengan kondisi yang ada), *complexity* (tingkat kemudahan adopsi), *trialability* (kemungkinan untuk diuji coba), dan *observability* (kemudahan diamati).

c. *Fact-checking*

Fact-checking atau cek fakta dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan atau organisasi untuk menggalil ulang kebenaran-kebenaran yang mungkin terlewat dari suatu informasi yang beredar. Dalam konteks penelitian ini, cek fakta adalah mekanisme

yang digunakan oleh *website* Jaga Fakta dalam mencari atau memverifikasi kebenaran dari hoaks-hoaks yang beredar dan dilaporkan oleh masyarakat Kota Semarang.

Berdasarkan pemahaman di atas, maka penelitian ini kedepannya akan menggunakan lima kode etik internasional dalam meneliti kapasitas *website* Jaga Fakta, yaitu netralitas, transparansi sumber informasi, transparansi pendanaan, transparansi metodologi, dan keterbukaan pada kritik.

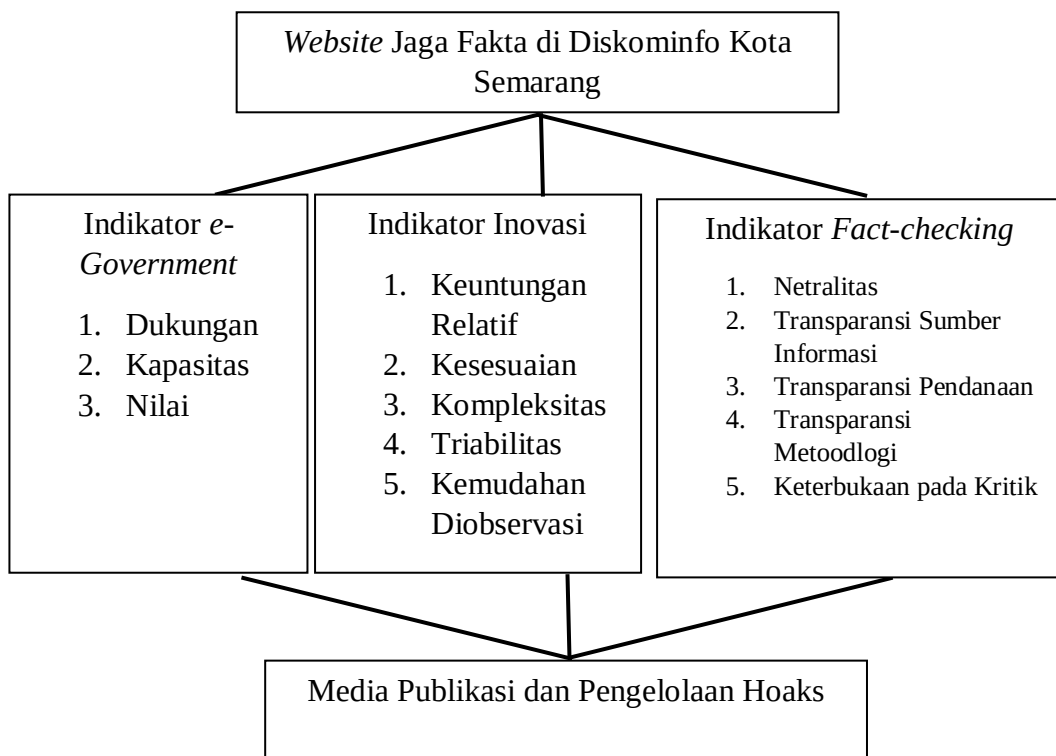
d. *Website* Jaga Fakta

Website Jaga Fakta adalah platform yang dikelola oleh Pemerintah Kota Semarang melalui Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) untuk mengelola isu hoaks di kota tersebut. *Website* ini berfungsi sebagai pusat rilis informasi terkait hoaks serta media literasi digital bagi masyarakat.

1.8. Kerangka Berpikir

Bagan 1.

Kerangka Berpikir



1.9. Metode Penelitian

1.9.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yaitu pendekatan penelitian yang menekankan pada aspek pemahaman mendalam terhadap suatu masalah atau fenomena sosial yang kompleks. Penelitian kualitatif merupakan suatu teknik penelitian yang menggunakan narasi atau kata-kata dalam menjelaskan dan menjabarkan makna dari setiap fenomena, gejala, dan situasi sosial tertentu. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci untuk memaknai dan

menginterpretasikan setiap fenomena, gejala dan situasi sosial tertentu. Karena itu peneliti perlu menguasai teori untuk menganalisis kesenjangan yang terjadi antara konsep teoritis dengan fakta yang terjadi (Waruwu, 2023).

1.9.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merujuk pada tempat di mana penelitian dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan. Dalam penelitian ini, lokasi penelitian berada di lingkup Kota Semarang, karena *website* Jaga Fakta merupakan kebijakan Pemerintah Kota Semarang dan dilaksanakan langsung di bawah Dinas Komunikasi, Informasi, Statistik, dan Persandian Kota Semarang. Adapun secara spesifik lokasi yang akan diobservasi dalam penelitian ini adalah Kantor Diskominfo Kota Semarang yang beralamat di Jalan Pemuda 148, Sekayu, Semarang Tengah, Kota Semarang. Selain itu, peneliti juga akan mengobservasi *website* resmi Jaga Fakta melalui halaman (<https://jagafakta.semarangkota.go.id/>)

1.9.3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu atau kelompok yang berperan sebagai narasumber atau informan, memberikan informasi yang relevan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian sering disebut sebagai *informan*, dan pemilihannya memerlukan pertimbangan yang matang. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa informan memiliki pengetahuan, pengalaman, atau keterlibatan langsung yang sesuai dengan topik penelitian. Pemilihan informan biasanya dilakukan secara purposif, dengan mempertimbangkan kemampuan mereka untuk

memberikan data yang mendalam dan kaya informasi terkait fenomena yang dikaji.

Berdasarkan konsep penelitian ini, akan ada beberapa aktor dari beberapa pihak yang akan diwawancarai. Subjek penelitian ini meliputi dua pihak, yaitu pemerintah dan masyarakat. Subjek penelitian dari pihak pemerintah meliputi pejabat Dinas Komunikasi, Informasi, Statistik, dan Persandian Kota Semarang. Berikut adalah daftar nama-nama narasumber yang akan diwawancarai dari Diskominfo Kota Semarang:

1. Dian Aryanto, SS selaku Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Saluran Komunikasi Publik (Wakil Ketua Satuan Tugas)
2. Ardiantho, S. Kom., M. M selaku Pranata Komputer Ahli Pertama/Pertama (Koordinator Tim Patroli)
3. Arif Budiman, S. Kom selaku Kepala Bidang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (Tim Ahli)

Pemilihan nama-nama narasumber di atas berdasarkan kapasitas masing-masing pemangku jabatan dan posisinya dalam Satuan Tugas Jaga Fakta yang tercantum dalam SK Wali Kota Semarang Nomor 000.6.4.2/611 Tahun 2024 tentang Pembentukan Satuan Tugas Jejaring Pengawasan Fungsi Anti Hoaks Kota Semarang yang akan dijelaskan lebih rinci pada Bab II penelitian ini.

Sedangkan dari pihak masyarakat adalah masyarakat umum. Masyarakat umum Kota Semarang yang diwawancarai dalam penelitian ini

adalah Valentino Rahadityo sebagai warga Kota Semarang. Kapasitas narasumber adalah sebagai masyarakat Kota Semarang biasa yang jelas menjadi target dari *website* Jaga Fakta ini, karena dirasa perlu untuk menelaah pendapat dari masyarakat secara umum guna memastikan apakah yang dijalankan pemerintah Kota Semarang sudah atau akan selaras dengan kebutuhan-kebutuhan yang ada di masyarakat.

1.9.4. Sumber Data

Secara umum sumber data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui pengumpulan informasi di lapangan, seperti melalui wawancara, survei, observasi langsung, dan eksperimen. Pengambilan data primer bertujuan untuk mendapatkan data yang orisinal dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil pengolahan atau analisis orang lain, yang biasanya sudah tersedia dalam bentuk laporan atau dokumen, seperti buku, artikel jurnal, laporan pemerintah, dan statistik resmi. Pengambilan data sekunder bertujuan untuk mendukung analisis data yang telah ada tanpa perlu mengumpulkannya secara langsung.

1.9.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam Penelitian ini, teknik penelitian yang akan digunakan oleh penulis adalah wawancara dengan pemangku jabatan terkait dan studi literatur yang dilakukan melalui pengumpulan data dari literatur yang berhubungan dengan topik, diteliti, dan kemudian dianalisis.

1.9.6. Teknik Analisis Data

Penulis pada penelitian ini mengikuti teknik analisis data yang didasarkan pada panduan Miles & Huberman (1992), yang menggambarkan proses analisis data sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pada tempat penelitian, informasi diperoleh melalui wawancara, pengamatan, dan pencatatan, dengan rencana yang diterapkan untuk mengarahkan pengumpulan data yang dibutuhkan.

2. Reduksi Data

Proses reduksi data bertujuan untuk menyusutkan data-data yang tidak perlu, sehingga memudahkan peneliti dalam mengelola informasi yang diperoleh dari informan atau lapangan.

3. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan format ringkas, grafik, hubungan antar kategori, dan format lainnya. Dalam penelitian kualitatif, data dipresentasikan dalam teks naratif untuk membantu memahami situasi yang

sebenarnya dan merencanakan langkah selanjutnya berdasarkan pemahaman yang diperoleh.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan awal masih sementara dan bisa disesuaikan jika ada bukti atau temuan baru yang signifikan pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Kesimpulan yang akurat akan dicapai pada akhir penelitian.