

**MODELING MANAJEMEN INFORMASI DAN VERIFIKASI BERITA  
MENJELANG PEMILU DAN PEMILIHAN 2024:  
SEBUAH STUDI *PRELIMINARY* TENTANG UPAYA MENCEGAH *BLACK  
CAMPAIGN* DAN *HOAX***

**Atef Fahrudin<sup>a</sup>, Syamsul Arif Billah<sup>b</sup>**

<sup>ab</sup>Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

E-mail: ateffahrudin@unma.ac.id

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengembangkan model manajemen informasi dan verifikasi berita yang efektif untuk mencegah penyebaran *black campaign* dan *hoax* menjelang Pemilu dan Pemilihan 2024. Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan atau *library research* dan survei online terhadap responden yang terdiri dari masyarakat umum, jurnalis, dan pegiat media sosial. Data dianalisis secara deskriptif untuk menghasilkan analisis yang mendalam dan rekomendasi yang dapat dipertimbangkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model manajemen informasi yang dikembangkan berdasarkan konsep Malak, yaitu *acquiring*, *organizing*, *storing*, dan *using information* ditambah dengan tahapan *verifying* sebelum *organizing*, dapat menjadi panduan dalam menyampaikan informasi yang benar dan terpercaya. Begitupun dengan teknik verifikasi berita yang dapat dilakukan dengan beberapa teknik, yaitu: *check the source*, *check the fact*, *check the images*, dan *check the date* dikembangkan menjadi model verifikasi berita sebagai panduan masyarakat dalam memilih informasi yang benar dan mampu mencegah penyebaran *hoax* atau *black campaign* menjelang Pemilu 2024. Edukasi dan pemahaman tentang media sosial dan platform digital perlu ditingkatkan agar masyarakat dapat menjadi lebih waspada dan bijak dalam menyebarkan informasi.

**Kata Kunci: Berita, Hoaks, Informasi, Kampanye, Pemilu**

***INFORMATION MANAGEMENT AND NEWS VERIFICATION MODELING AHEAD  
OF THE 2024 ELECTIONS: A PRELIMINARY STUDY ON EFFORTS TO  
PREVENT BLACK CAMPAIGN AND HOAX***

**ABSTRACT**

*This research aims to develop an effective information management and news verification model to prevent the spread of black campaigns and hoaxes ahead of the 2024 elections. The study employs library research and an online survey of respondents consisting of the general public, journalists, and social media activists. The data is analyzed descriptively to produce in-depth analysis and recommendations that can be considered. The results of the study show that the information management model developed based on the concept of Malak, namely acquiring, organizing, storing, and using information, plus the verifying stage before organizing, can be a guide in delivering accurate and reliable information. Similarly, news verification techniques can be performed with several techniques, such as checking the source, checking the fact, checking the images, and checking the date. The news verification model is also developed as a guide for the public to choose correct information and prevent the spread of hoaxes or black campaigns ahead of the 2024 elections. Education and understanding of social media and digital platforms need to be improved so that the public can become more vigilant and wiser in spreading information.*

**Keywords: News, Hoax, Information, Campaign, Election**

## **PENDAHULUAN**

Pemilu adalah singkatan dari Pemilihan Umum, yaitu suatu proses di mana warga negara memilih wakil-wakilnya dalam pemerintahan atau lembaga-lembaga publik melalui cara-cara demokratis (Subiyanto, 2020: 358). Pemilu biasanya dilakukan dengan memilih calon atau partai tertentu yang diyakini memiliki program atau visi yang sesuai dengan kebutuhan atau aspirasi masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017, Pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk melakukan pemilihan secara langsung, terbuka, bebas, rahasia, jujur dan adil terhadap anggota DPR, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden serta pemilihan anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Sayangnya, menjelang Pemilu masyarakat sering menerima informasi tidak valid termasuk di dalamnya kampanye hitam (*black campaign*) dan *hoax* (*hoax*) yang menimbulkan kebingungan dan dapat mempengaruhi proses Pemilu dan Pemilihan yang demokratis karena memecah belah persatuan dan kesatuan bangsa (Kusuma, 2019: 134). Penyebaran *black campaign* dan *hoax* menjelang Pemilu sangat krusial dan membutuhkan penanganan yang serius. Apalagi di era transformasi digital penyelenggaraan Pemilu dan Pemilihan menghadapi tantangan serius seperti *cybercrime* (Sandrawati, 2022: 232) termasuk di dalamnya *black campaign* dan *hoax*. Saat ini, masyarakat dan pihak terkait memiliki peran yang sangat penting dalam membantu mencegah penyebaran *black campaign* dan *hoax* serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik adalah benar dan valid (Prayogo and Winasis, 2018: 1135).

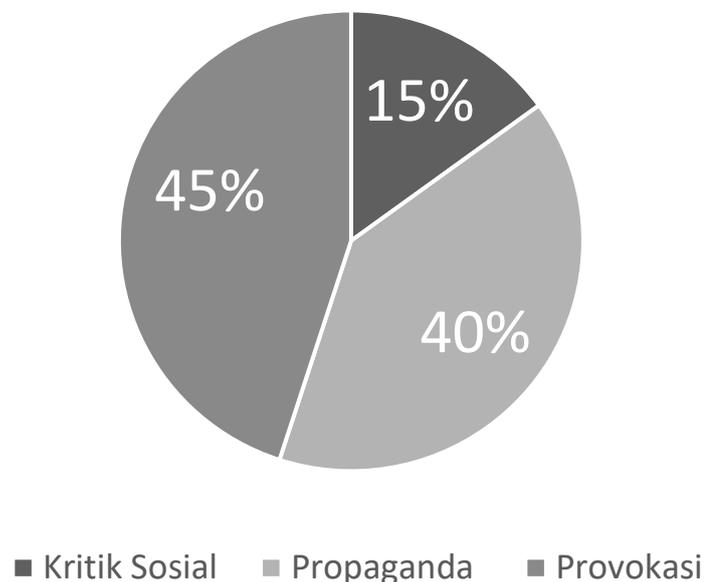
*Black campaign* atau kampanye hitam adalah tindakan yang melanggar etika kampanye politik dengan menyebarkan informasi yang menyesatkan, memfitnah lawan politik, bahkan menyebarkan berita bohong. Sebagai contoh dalam konteks Pilkada 2018, tindakan tersebut berdampak negatif bagi kelangsungan Pilkada itu sendiri (Djuyandi et al., 2018: 2). Kampanye hitam dapat memicu konflik antara kubu pendukung kandidat, menimbulkan kebencian dan memperumit situasi politik. Hal ini dapat merusak proses demokrasi yang seharusnya dilakukan secara sehat dan adil. Lebih jauh lagi, jika *black campaign* tidak ditindak tegas oleh pihak berwenang, hal itu dapat memperburuk citra politik Indonesia di mata dunia internasional. Oleh karena itu, kegiatan Pemilu hitam harus dicegah dan ditindak tegas agar Pemilu 2024 dapat terselenggara secara adil, damai, dan demokratis.

Sementara *hoax* mengacu pada informasi palsu atau berita bohong yang disebarkan dengan tujuan mengganggu ketertiban, menciptakan opini publik yang negatif, dan mencari keuntungan pribadi (Situngkir, 2017: 212). Dalam konteks persaingan politik, *hoax* bisa menjadi senjata yang sangat

berbahaya karena bisa memengaruhi opini publik dan pilihan pemilih. Efek penyebaran *hoax* pada kontestasi politik bisa sangat merugikan, karena dapat memicu konflik antar pendukung kandidat politik yang berbeda, mengurangi partisipasi masyarakat dalam proses Pemilu, bahkan membahayakan keamanan dan stabilitas nasional (Winarno, 2020: 60). Di luar itu, *hoax* juga bisa mencoreng citra kandidat politik, partai, bahkan demokrasi itu sendiri. Oleh karena itu, setiap orang dan pihak yang terlibat dalam permainan politik harus menahan diri untuk tidak menyebarkan *hoax* dan jika menemukan informasi yang meragukan, mereka harus memverifikasinya sebelum menyebarkannya.

Beberapa riset sudah dilakukan terkait penyebaran *hoax* dan *black campaign* dalam Pemilu. Salah satunya Sosiawan dan Wibowo yang meneliti *hoax* selama Pilpres 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas berita *hoax* pada Pilpres 2019 memiliki konten yang merujuk pada tindakan provokasi (45%) dan propaganda (40%), sedangkan yang lainnya berupa kritikan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa kegiatan penyebaran berita bohong (*hoax*) digunakan sebagai alat oleh beberapa kelompok untuk mencapai tujuan politik tertentu (Sosiawan and Wibowo, 2020: 140).

**Gambar 1.**  
**Isi Hoax selama Pilpres 2019**



Sumber: Sosiawan and Wibowo (2020)

Selama periode Agustus 2018 hingga 30 September 2019, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) telah membentuk Tim Analisis dan Identifikasi Situs (AIS) untuk melakukan pemantauan terhadap penyebaran *hoax* di Indonesia. Tim AIS Kominfo ini berhasil menemukan sebanyak 3.356 *hoax* yang tersebar selama periode tersebut. Dari jumlah *hoax* yang

ditemukan, *hoax* yang terkait dengan politik merupakan yang terbanyak dengan total 916 *hoax* (Beta et al., 2022: 18).

Tim AIS Kominfo menemukan bahwa jumlah *hoax* terbanyak ditemukan pada bulan April 2019 di Indonesia. Dari total 3.356 *hoax* yang ditemukan dalam kurun waktu Agustus 2018 hingga 30 September 2019, sebanyak 501 *hoax* ditemukan pada bulan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa waktu pelaksanaan pesta demokrasi seperti Pemilu pada tahun 2019 sangat rentan untuk disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi yang tidak benar atau *hoax*. Kemungkinan terjadinya penyebaran *hoax* bisa juga terjadi pada Pemilu 2024.

Riset terkait *black campaign* juga pernah dilakukan. Temuan Alamsyah dan Utari di tahun 2016 menunjukkan bahwa kampanye hitam berdampak signifikan terhadap pemilih pemula, yang merugikan proses Pemilu 2014. Tujuan kampanye hitam adalah untuk menodai citra lawan politik dengan menyebarkan informasi negatif palsu (Alamyah and Utari 2016: ). Jika terjadi kebangkitan kampanye hitam pada Pemilu dan Pemilihan 2024, akan berdampak negatif terhadap proses demokrasi, terutama bagi pemilih pemula yang belum memiliki pemahaman yang kuat tentang politik dan kandidat yang bersaing.

Beberapa upaya dapat dilakukan untuk mencegah *hoax* dan *black campaign* diantaranya dengan menerapkan manajemen informasi dan verifikasi berita. Manajemen informasi adalah proses memperoleh, mengatur, menyimpan, dan menggunakan informasi. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa informasi disampaikan kepada khalayak yang tepat, pada waktu yang tepat dan dalam format yang tepat (Malak, 2023: 1). Verifikasi berita adalah teknik untuk memastikan kebenaran informasi yang disampaikan dalam sebuah berita. Teknik ini melibatkan pengumpulan dan analisis data dari berbagai sumber untuk memverifikasi informasi yang disajikan dalam sebuah berita (Anand, 2019: 1258).

Manajemen informasi penting dilakukan oleh individu sebelum menyebarkan berita sementara verifikasi berita harus dilakukan oleh individu saat yang mengkases berita. Verifikasi berita yang dilakukan individu dapat membantu masyarakat untuk memastikan kebenaran informasi sebelum menyebarkannya kepada orang lain (Rubin et al., 2015: 10). Manajemen informasi yang baik akan membantu seseorang untuk memeriksa kebenaran informasi sebelum disebarkan, serta menghindari penyebaran informasi yang tidak terverifikasi atau hanya berdasarkan rumor belaka. Dengan demikian, *hoax* dan *black campaign* bisa diminimalisir.

Berdasarkan paparan tersebut di atas, penelitian ini dilakukan untuk memetakan panduan bagi masyarakat bagaimana seharusnya melakukan manajemen informasi agar dapat memeriksa kebenaran informasi sebelum

menyebarkan informasi dan bagaimana seharusnya melakukan verifikasi berita agar tidak terpapar *hoax* maupun *black campaign* menjelang Pemilu 2024.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian dengan metode studi pustaka atau *library research*. Metode penelitian studi pustaka atau *library research* merupakan salah satu metode penelitian yang dilakukan dengan cara mencari, mengumpulkan, dan menganalisis sumber-sumber informasi yang relevan dengan topik penelitian melalui literatur atau dokumen yang tersedia di perpustakaan atau sumber-sumber digital (George, 2008: 7). Metode studi pustaka atau *library research* memungkinkan peneliti untuk menggunakan data dan informasi yang telah ada sebelumnya sehingga memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang topik penelitian yang sedang diteliti.

Metode studi pustaka atau *library research* pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa langkah. Pertama, peneliti mengidentifikasi topik penelitian yang akan diambil yaitu terkait: manajemen informasi, teknik verifikasi berita, *hoax* dan *black campaign*. Selanjutnya, peneliti melakukan pencarian literatur dari sumber-sumber terpercaya seperti jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen terkait untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan topik penelitian. Selain itu, untuk memperkaya data, peneliti juga melakukan survei terhadap 50 responden untuk memperoleh informasi tentang perilaku publik dalam penyebaran informasi atau berita. Setelah data dan informasi terkumpul, peneliti melakukan seleksi terhadap literatur yang paling relevan dan berkualitas untuk digunakan dalam penelitian berdasarkan kriteria tertentu. Kemudian, peneliti melakukan analisis literatur secara kritis untuk mengidentifikasi dan menentukan upaya-upaya yang mungkin dapat dilakukan dalam mencegah penyebaran *black campaign* dan *hoax* melalui manajemen informasi dan teknik verifikasi berita. Selanjutnya, peneliti melakukan pengolahan data, yaitu mengorganisir dan menyusun data yang telah dikumpulkan dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Terakhir, peneliti menuliskan hasil penelitian berupa model manajemen informasi dan teknik verifikasi berita sebagai rekomendasi penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Manajemen Informasi sebagai Upaya Mencegah Penyebaran *Hoax* dan *Black campaign***

Sejauh ini, berdasarkan pengumpulan data dari berbagai sumber penulis menyimpulkan bahwa *hoax* dan *black campaign* memiliki persamaan dalam tujuan yang sama-sama ingin mempengaruhi opini publik dengan menggunakan informasi yang tidak benar atau meragukan, dan berdampak

negatif pada kepercayaan publik. Namun, terdapat perbedaan antara kedua hal tersebut, di mana *hoax* lebih fokus pada penyebaran informasi palsu untuk menipu atau memperdaya, sedangkan *black campaign* lebih fokus pada pencemaran nama baik atau reputasi seseorang atau organisasi dengan strategi pemasaran yang negatif.

**Tabel 1.**  
**Perbedaan dan Persamaan Hoax dan Black Campaign**

<b>Bentuk Informasi</b>	<b>Perbedaan</b>	<b>Persamaan</b>
<b>Hoax</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi palsu untuk menipu atau memperdaya</li> <li>• Dapat berupa gambar, video, atau teks</li> <li>• Terfokus pada penyebaran informasi palsu</li> <li>• Strategi pencemaran nama baik atau reputasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bertujuan untuk mempengaruhi opini publik</li> <li>• Menggunakan informasi yang tidak benar</li> </ul>
<b>Black Campaign</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebih banyak menggunakan narasi atau cerita yang negatif (tidak benar)</li> <li>• Terfokus pada pencemaran nama baik atau reputasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berdampak negatif pada kepercayaan public</li> </ul>

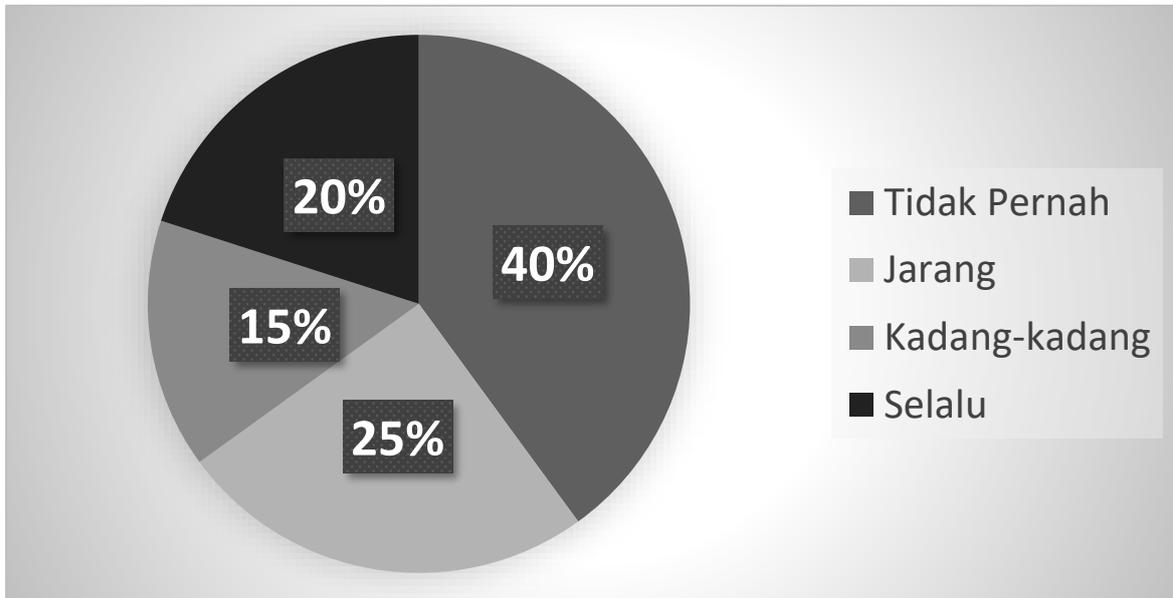
*Sumber: Diolah tim penulis*

Berdasarkan tabel di atas, terdapat perbedaan dan persamaan antara *hoax* dan *black campaign*. *Hoax* adalah informasi palsu yang bertujuan untuk menipu atau memperdaya, dan dapat berupa gambar, video, atau teks. Sementara itu, *black campaign* adalah strategi pencemaran nama baik atau reputasi dengan lebih banyak menggunakan narasi atau cerita yang negatif (tidak benar). Meskipun memiliki perbedaan, keduanya memiliki persamaan yaitu sama-sama berisi berita bohong atau tidak sesuai dan juga sama-sama bertujuan untuk mempengaruhi opini publik dan menggunakan informasi yang tidak benar. Kedua bentuk informasi ini juga berdampak negatif pada kepercayaan publik. Oleh karena itu, hal ini penting bagi masyarakat untuk dapat membedakan antara kedua bentuk informasi tersebut agar dapat membuat keputusan yang tepat dan tidak mudah terpengaruh oleh penyebaran informasi yang tidak benar atau menyesatkan.

Penulis telah melakukan survei online terkait perilaku publik dalam melakukan manajemen informasi berita. Berdasarkan survei yang dilakukan kepada 50 orang, ditemukan bahwa sebanyak 40% dari total responden membagikan informasi kepada orang lain tanpa pernah melakukan verifikasi terlebih dahulu. Sementara sisanya sebanyak 25 % jarang melakukan, 15 % kadang-kadang dan hanya 20 % yang selalu melakukan verifikasi terlebih dahulu. Hal ini sangat memprihatinkan

karena mengakibatkan penyebaran informasi yang tidak benar atau bahkan berbahaya.

**Gambar 2.**  
**Perilaku Publik dalam Menyebarkan Informasi**  
**(Persentase Verifikasi Berita)**



Sumber: Survei (2023)

Berdasarkan survei di atas, ditemukan bahwa sebagian besar responden tidak melakukan verifikasi terlebih dahulu sebelum membagikan informasi kepada orang lain. Dalam survei tersebut, hanya 20% dari total responden yang selalu melakukan verifikasi terlebih dahulu, sedangkan sisanya hanya jarang atau sesekali melakukan verifikasi sebelum membagikan informasi. Sehingga kemungkinan terjadinya penyebaran *hoax* dan *black campaign* dalam Pemilu sangat tinggi.

Manajemen informasi memiliki peran penting dalam mengatasi penyebaran *hoax* dan *black campaign* di era digital saat ini apalagi menjelang Pemilu 2024. Dengan proses memperoleh, mengatur, menyimpan, dan menggunakan informasi secara efektif, manajemen informasi dapat membantu individu atau lembaga tertentu dalam menyampaikan informasi yang benar dan terpercaya kepada khalayak yang tepat, serta menghindari penyebaran informasi yang meragukan atau palsu. Selain itu, manajemen informasi juga dapat membantu individu atau lembaga tertentu dalam mengidentifikasi sumber informasi yang tidak benar atau meragukan, sehingga dapat mencegah penyebaran informasi yang tidak akurat atau berdampak negatif pada kepercayaan publik. Oleh karena itu, penggunaan manajemen informasi yang baik dan efektif sangat penting dalam meminimalisir penyebaran dari *hoax* dan *black campaign* di masyarakat.

Dalam konteks Pemilu 2024, apa yang dikatakan teori *bandwagon effect* dapat menjadi lebih kuat karena masyarakat akan lebih terpapar oleh informasi dan kampanye politik dari berbagai pihak. Teori *bandwagon effect* menjelaskan fenomena ketika individu atau kelompok orang cenderung mengikuti atau mempercayai apa yang dianggap populer atau umum di masyarakat walaupun informasi yang populer tersebut belum tentu benar (Marsh, 2009: 51). Hal tersebut dikarenakan bisa jadi informasi yang populer tersebut mengandung *hoax* dan *black campaign* di dalamnya. Sebagaimana pernah dibuktikan dalam sebuah penelitian yang menyatakan bahwa *bandwagon effect* berpengaruh secara signifikan pada *brand equity* kandidat tertentu dalam Pemilu (Puspitasari, 2014: 49).

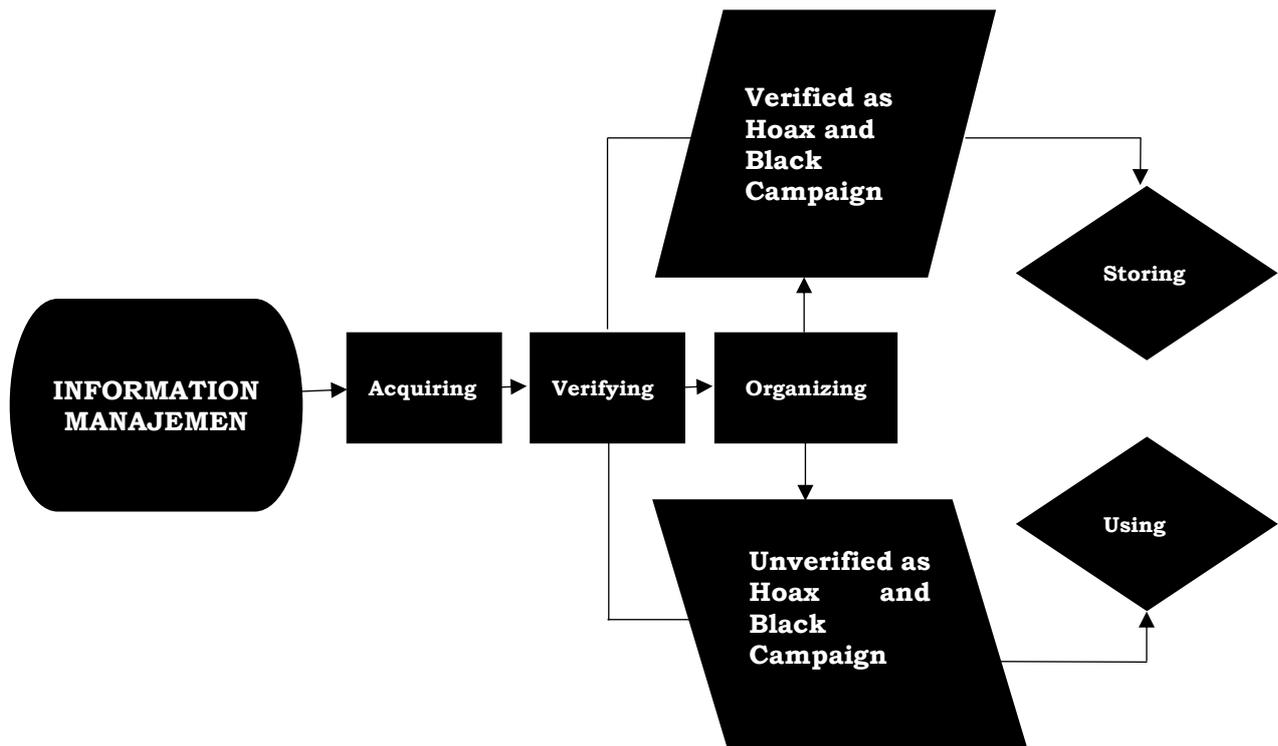
Dalam hal ini, penyebaran informasi yang benar dan terpercaya melalui manajemen informasi yang baik dapat mengurangi pengaruh dari teori *bandwagon effect*, karena individu atau kelompok orang akan cenderung mempercayai informasi yang didukung oleh sumber yang terpercaya dan memiliki bukti yang kuat. Sebaliknya, penyebaran informasi yang tidak benar atau meragukan melalui *hoax* dan *black campaign* dapat memperkuat pengaruh dari teori *bandwagon effect*, karena individu atau kelompok orang dapat terbujuk oleh informasi yang dianggap populer atau umum tanpa mempertimbangkan kebenaran informasi tersebut. Oleh karena itu, manajemen informasi yang baik dan efektif dapat membantu dalam meminimalisir pengaruh dari teori *bandwagon effect* dan mencegah penyebaran informasi yang tidak akurat yang mengandung *hoax* dan *black campaign*.

Dalam tulisan ini, penulis tidak berfokus pada pengaruh manajemen informasi terhadap *bandwagon effect* dalam penyebaran berita. Namun, penulis lebih ingin menjelaskan bagaimana manajemen informasi dapat menjadi panduan atau upaya dalam mencegah tersebarnya *hoax* dan *black campaign*. Informasi yang tersebar di media sosial tidak selalu benar dan dapat membahayakan jika tidak divalidasasi terlebih dahulu. Oleh karena itu, manajemen informasi yang baik sangat diperlukan dalam memfilter informasi yang masuk dan keluar, sehingga tidak mudah terjebak dalam *hoax* dan *black campaign*. Dalam hal ini, manajemen informasi dapat berperan sebagai filter atau penyaring informasi yang akurat dan bermanfaat dalam upaya pencegahan *hoax* dan *black campaign* menjelang Pemilu 2024.

Penelitian ini mengadopsi konsep manajemen informasi dari Malak untuk mengembangkan model manajemen informasi yang dapat membantu mencegah penyebaran *hoax* dan *black campaign*. Menurut Malak, manajemen informasi merupakan proses yang terdiri atas mendapatkan informasi (*acquiring*), *organizing*, *storing* dan *using information* (Malak, 2023: 1). Namun, peneliti merasa bahwa hal tersebut perlu penambahan agar bisa digunakan sebagai model manajemen informasi dalam mencegah

penyebaran *hoax* dan *black campaign* menjelang Pemilu 2024. Oleh karena itu, peneliti menambahkan tahapan verifikasi (*verifying*) sebelum proses *organizing*. Dalam model manajemen informasi ini, setiap orang harus melakukan verifikasi kebenaran suatu berita sebelum memutuskan untuk menyebarkan informasi kepada orang lain.

**Gambar 3.**  
**Model Manajemen Informasi Pencegahan Hoax dan Black Campaign**



*Sumber: Diolah tim penulis*

Dari model tersebut bisa disimpulkan bahwa jika informasi yang diperoleh terverifikasi mengandung *hoax* dan *black campaign*, maka langkah selanjutnya adalah menyimpan informasi tersebut dan tidak menyebarkannya (*storing*). Namun, jika informasi tersebut terverifikasi tidak mengandung *hoax* dan *black campaign*, maka Langkah selanjutnya menggunakan informasi tersebut dan menyebarkannya kepada orang lain (*using*). Model manajemen informasi ini dapat membantu masyarakat untuk memperoleh informasi yang lebih akurat dan memperkuat pemahaman tentang pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya.

Dalam menghadapi Pemilu 2024, masyarakat dihadapkan dengan banyaknya informasi yang beredar di media sosial. Karena itu, model manajemen informasi yang dikembangkan juga memperhatikan pentingnya edukasi dan pemahaman masyarakat tentang media sosial dan berbagai platform digital yang digunakan untuk menyebarkan informasi dan

mengedukasi masyarakat cara untuk memverifikasi informasi melalui media sosial dan platform digital tersebut. Diharapkan dengan adanya panduan model manajemen informasi ini, masyarakat dapat lebih waspada dan bijak dalam menyaring dan menyebarkan informasi terutama terkait *hoax* dan *black campaign* menjelang Pemilu 2024.

### **Verifikasi Berita untuk Mencegah Penyebaran Hoax dan Black Campaign Menjelang Pemilu 2024**

Verifikasi berita sangat penting untuk menjaga keberlangsungan demokrasi pada saat menjelang Pemilu 2024. Dalam era digital yang semakin berkembang, informasi dan berita yang beredar tidak selalu dapat dipercaya kebenarannya (Effron and Raj, 2020: 75). Oleh karena itu, menurut Schifferes et al. (2014: 4) verifikasi berita menjadi suatu keharusan dalam memastikan bahwa informasi yang diterima masyarakat adalah akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, teknik verifikasi berita juga dapat membantu dalam mengidentifikasi berita yang mengandung *black campaign* atau *hoax* yang dapat merusak proses Pemilu. Dengan demikian, teknik verifikasi berita dapat berkontribusi dalam menciptakan Pemilu yang adil dan transparan.

Menurut penelitian yang dilakukan Katadata Insight Center (KIC) pada tahun 2021, sekitar 73 persen masyarakat Indonesia memperoleh informasi dari media sosial. Sementara pada tahun 2020, masyarakat Indonesia memperoleh informasi dari media sosial sekitar 76 persen. Studi tersebut melibatkan survei pada sampel representatif dari populasi Indonesia, yang bertujuan untuk mengeksplorasi kebiasaan konsumsi media orang Indonesia. Temuan dari studi tersebut mengungkapkan bahwa proporsi yang signifikan dari populasi menyandarkan media sosial sebagai sumber informasi utama mereka. Hal ini dapat disebabkan oleh penggunaan media sosial yang sangat luas di Indonesia, serta kemudahan akses informasi yang ditawarkan *platform* tersebut. Bukti empiris dari studi tersebut menyoroti pentingnya memahami dampak dari media sosial pada masyarakat dan perlunya mempromosikan pemikiran kritis dan literasi media untuk melawan penyebaran informasi palsu dan disinformasi di *platform-platform* tersebut.

Sebagai mana dijelaskan pada sub bab manajemen informasi, penulis melaksanakan sebuah survei untuk mengetahui perilaku publik dalam melakukan penyebaran informasi atau berita. Dari total 50 responden, hanya 60% yang melakukan/pernah melakukan verifikasi berita sebelum menyebarkannya, yang apabila dijabarkan lebih lanjut sebanyak 25 % jarang melakukan, 15 % kadang-kadang dan hanya 20 % yang selalu melakukan verifikasi terlebih dahulu. Artinya hanya 30 puluh orang yang pernah melakukan verifikasi berita sebelum menyebarkannya. Dari 30 responden tersebut, ditemukan bahwa sebagian besar responden

menyatakan bahwa sumber informasi menjadi kriteria utama dalam menilai kebenaran sebuah informasi atau berita dengan persentase sebesar 40%. Selain itu, fakta juga dianggap penting dengan persentase 30%, diikuti dengan kesesuaian tanggal dengan kejadian sebesar 20%, dan gambar berita dengan persentase 10%. Hal ini menunjukkan bahwa ada kesadaran masyarakat akan pentingnya memeriksa kebenaran sebuah informasi atau berita sebelum menyebarkannya, dan mereka lebih mengandalkan sumber informasi dan fakta sebagai acuan utama dalam menilai kebenaran sebuah informasi atau berita.

Data di atas menunjukkan betapa pentingnya penggunaan teknik verifikasi berita untuk memastikan bahwa masyarakat tidak terjebak pada informasi yang salah dan dapat berpartisipasi dalam proses Pemilu secara tepat dan akurat. Hal ini menjadi semakin krusial menjelang Pemilu 2024, di mana berpotensi terjadi penyebaran *hoax* dan *black campaign* yang dapat memengaruhi opini publik dan memperburuk situasi politik. Untuk mencegah hal ini, perlu ada upaya yang lebih intensif dalam melakukan pencegahan *hoax* dan *black campaign*. Salah satu caranya adalah dengan teknik verifikasi berita yang dapat menjadi solusi yang efektif dalam mencegah penyebaran *hoax* dan *black campaign*. Dengan melakukan verifikasi terhadap setiap informasi yang diterima, maka masyarakat dapat memperoleh informasi yang akurat dan dapat dipercaya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Meisyanti, Kencana, dan Nugroho (2021), memeriksa sumber berita sangat penting untuk memastikan kebenaran dan kredibilitas berita. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh López-Marcos dan Vicente-Fernández (2021) menunjukkan bahwa memeriksa fakta melalui *cross-checking* sumber berita dapat membantu mencegah penyebaran berita palsu. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Varshney dan Vishwakarma (2022) menunjukkan bahwa verifikasi gambar dapat dilakukan dengan menggunakan alat khusus untuk memeriksa keotentikan dan keaslian gambar. Berdasarkan hal tersebut, penulis menyimpulkan bahwa Teknik verifikasi berita bisa dilakukan dengan beberapa teknik yakni: (1) *check the source* (memeriksa sumber); (2) *check the fact* (memeriksa fakta); (3) *check the images* (memeriksa gambar) dan (4) *check the date* (memeriksa tanggal).

Teknik pertama yaitu *check the source* (memeriksa sumber), untuk melakukan *check the source* (memeriksa sumber) dapat dilakukan dengan dua metode yaitu: *check the credibility of source* (memeriksa kredibilitas sumber) dan *source cross-checking* (membandingkan dengan sumber lain). Salah satu tahapan penting dalam melakukan verifikasi berita adalah memeriksa sumber informasi. Sumber informasi yang sah dan terpercaya sangatlah penting dalam menentukan kebenaran suatu informasi yang diterima. Dalam memeriksa sumber, hal yang perlu diperhatikan yaitu memeriksa kredibilitas sumber informasi atau berita. Berdasarkan data

yang diperoleh penulis dari (Kominfo, 2018), terdapat sekitar 43 ribu portal berita online yang ada di Indonesia dan baru 100 portal online yang baru terverifikasi pada tahun 2018. Adapun data yang diperoleh dari Dewan Pers Indonesia menunjukkan bahwa sampai dengan tahun 2022 hanya 910 portal berita media online atau sekitar 2,11% dari total 43 ribu portal berita online yang sudah terverifikasi dan terdaftar secara resmi. Artinya, sebagian besar portal berita online di Indonesia masih belum terverifikasi Dewan Pers, sehingga kredibilitas dan kebenarannya perlu dipertanyakan.

Metode pertama *check the source* (memeriksa sumber) dari suatu informasi adalah dengan *check the credibility of source* (memeriksa kredibilitas sumber) dari sebuah berita. Memeriksa kredibilitas sumber dari sebuah berita penting dilakukan karena sumber yang tidak terpercaya dapat menyebarkan informasi yang salah atau menyesatkan. Jika sumber tidak dapat dipercaya, maka informasi yang dihasilkan mungkin tidak akurat, tidak objektif, atau bahkan sengaja menyesatkan. Oleh karena itu, penting untuk memeriksa kredibilitas sumber untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat dipercaya dan benar. Dengan memeriksa kredibilitas sumber, kita dapat memastikan bahwa informasi yang kita terima dan sampaikan adalah akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini menjadi semakin penting dalam konteks Pemilu, di mana *hoax* dan kampanye hitam dapat memengaruhi opini publik dan hasil pemilihan.

Salah satu cara yang efektif dalam melakukan *check the credibility of source* (memeriksa kredibilitas sumber) dari sebuah berita adalah dengan mengunjungi situs *website* Dewan Pers Indonesia di <https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers>. Laman ini berisi daftar perusahaan pers yang sudah terdaftar dan terverifikasi secara resmi oleh Dewan Pers. Perusahaan pers yang terdaftar di laman ini telah melalui proses verifikasi dan telah memenuhi persyaratan Dewan Pers mengenai kode etik jurnalistik, keberadaan redaksi, dan lain sebagainya. Jika mendapatkan sebuah informasi atau berita dari sebuah portal berita online atau media sosial, lakukan verifikasi terhadap sumber informasi dengan mengunjungi laman Dewan Pers Indonesia dan mencari apakah sumber informasi yang digunakan terdaftar di laman tersebut atau tidak. Jika sumber informasi terdaftar, maka kemungkinan besar informasi yang diberikan dapat dipercaya. Namun, jika sumber informasi tidak terdaftar, maka informasi tersebut perlu dipertanyakan kebenarannya dan lebih baik melakukan verifikasi lebih lanjut dengan menggunakan sumber informasi lainnya.

Dalam menyambut Pemilu 2024, akan dihadapkan dengan kemungkinan munculnya berita-berita *hoax* dan *black campaign*. Oleh karena itu, metode pertama *check the source* (memeriksa sumber) dengan memeriksa kredibilitas sumber berita sangat penting untuk dilakukan. Dewan Pers Indonesia telah melakukan verifikasi terhadap perusahaan pers

yang terdaftar di laman mereka, sehingga memastikan bahwa informasi yang diberikan oleh perusahaan pers tersebut dapat dipercaya. Namun, jika informasi berasal dari portal berita online atau media sosial yang tidak terdaftar di laman Dewan Pers, maka perlu dilakukan verifikasi lebih lanjut dengan menggunakan sumber informasi lainnya. Hal ini penting dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang diterima benar-benar dapat dipercaya, dan tidak terjebak pada berita-berita *hoax* dan *black campaign* yang dapat mempengaruhi pemilihan dalam Pemilu 2024. Oleh karena itu, masyarakat perlu lebih selektif dalam memperoleh dan menyebarkan informasi, serta selalu melakukan verifikasi terhadap sumber informasi yang mereka dapatkan.

Metode kedua *check the source* (memeriksa sumber) suatu berita adalah dengan melakukan *source cross-checking* (membandingkan dengan sumber lain). *Source cross-checking* adalah teknik verifikasi yang dilakukan dengan cara membandingkan informasi dari berbagai sumber untuk mengetahui kebenaran suatu berita. Saat memeriksa silang sumber, seseorang dapat mencari informasi dari beberapa sumber berbeda untuk memastikan konsistensi dan keakuratan informasi. Salah satu keuntungan dari pemeriksaan silang sumber adalah seseorang bisa mendapatkan perspektif yang berbeda tentang suatu peristiwa atau informasi. Dengan mencari informasi dari berbagai sumber, seseorang dapat memperoleh gambaran yang lebih lengkap tentang suatu informasi dan membandingkan informasi tersebut dengan informasi yang diperoleh dari sumber lain. Selain itu, pemeriksaan silang sumber juga dapat membantu seseorang mengidentifikasi informasi yang salah atau terdistorsi. Jika informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda tidak konsisten atau bertentangan, kemungkinan besar informasi tersebut tidak akurat atau tidak benar.

Melalui metode *source cross-checking* memungkinkan metode ini digunakan sebagai upaya pencegahan *hoax* dan *black campaign* menjelang Pemilu 2024. Dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber, seseorang dapat memastikan keakuratan informasi dan mengidentifikasi informasi yang salah atau terdistorsi. Hal ini dapat membantu masyarakat untuk tidak mudah percaya dengan informasi yang hanya berasal dari satu sumber, serta menghindari penyebaran berita *hoax* atau kampanye hitam yang dapat merusak proses Pemilu. Selain itu, pemeriksaan silang dari berbagai sumber juga dapat membantu masyarakat untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap tentang suatu informasi, sehingga dapat membuat keputusan yang tepat dalam menentukan pilihan pada saat Pemilu. Oleh karena itu, metode *source cross-checking* dapat digunakan sebagai upaya pencegahan dan pengendalian penyebaran berita *hoax* atau kampanye hitam menjelang Pemilu 2024.

Teknik kedua dari teknik verifikasi berita yaitu *check the fact* (memeriksa fakta). *Check the fact* adalah proses memeriksa kebenaran

informasi yang beredar dengan mengumpulkan fakta-fakta dan sumber informasi yang dapat dipercaya. Salah satu cara untuk melakukan *check the fact* adalah dengan menggunakan platform *fact checker*. *Fact checker* adalah platform online yang menyediakan informasi tentang kebenaran atau ketidakbenaran suatu informasi. Berdasarkan hasil pengumpulan data penelitian, ditemukan bahwa banyak media online penyedia berita yang sudah terverifikasi menyediakan kanal cek fakta dengan tujuan untuk membantu masyarakat memperoleh informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Dengan adanya kanal cek fakta, masyarakat dapat dengan mudah memeriksa kebenaran suatu berita sebelum menyebarkannya ke lingkungan sosial mereka. Selain itu, keberadaan kanal cek fakta ini juga dapat meningkatkan kualitas jurnalisme di media online tertentu.

Cara mudah untuk memverifikasi kebenaran suatu berita melalui teknik *check the fact* (memeriksa fakta) adalah dengan mengakses media online tertentu yang sudah terverifikasi dan kemudian memeriksanya melalui kanal cek fakta. Di dalam kanal cek fakta tersebut, biasanya terdapat berbagai macam informasi mengenai fakta-fakta yang terkait dengan suatu berita yang sedang viral. Melalui kanal tersebut, seseorang dapat memastikan kesahihan suatu berita sebelum membagikannya kepada orang lain. Hal ini sangat penting untuk dilakukan, terutama di era digital seperti saat ini yang seringkali memunculkan informasi yang tidak valid. Dengan memverifikasi fakta melalui kanal cek fakta, maka seseorang dapat memperoleh informasi yang akurat dan terpercaya serta mencegah penyebaran informasi palsu yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.

Penulis telah mengumpulkan sampel media online yang menyediakan kanal cek fakta di situs mereka. Penulis memilih media online tersebut karena hasil observasi menunjukkan bahwa media-media tersebut tergolong rutin menyediakan informasi pada kanal cek fakta di situs mereka. Hal ini menunjukkan bahwa media-media tersebut memiliki komitmen untuk memerangi penyebaran informasi yang tidak akurat atau palsu. Dengan mengumpulkan sampel media online yang tergolong rutin menyediakan informasi cek fakta, penulis berharap dapat memberikan rekomendasi yang lebih akurat dan bermanfaat bagi pembaca yang ingin memeriksa kebenaran suatu berita. Adapun media-media tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.**  
**Media Online dengan Kanal Cek Fakta**

<b>Nama Media Online</b>	<b>Kanal Cek Fakta</b>
kompas.com	<a href="https://www.kompas.com/cekfakta">https://www.kompas.com/cekfakta</a>
liputan6.com	<a href="https://www.liputan6.com/cek-fakta">https://www.liputan6.com/cek-fakta</a>

<b>Nama Media Online</b>	<b>Kanal Cek Fakta</b>
merdeka.com	<a href="https://www.merdeka.com/cek-fakta">https://www.merdeka.com/cek-fakta</a>
tempo.co	<a href="https://www.tempo.co/tag/cek-fakta">https://www.tempo.co/tag/cek-fakta</a>
viva.co.id	<a href="https://www.viva.co.id/ragam/cek-fakta">https://www.viva.co.id/ragam/cek-fakta</a>
suara.com	<a href="https://www.suara.com/cekfakta">https://www.suara.com/cekfakta</a>
jawapos.com	<a href="https://www.jawapos.com/hoax-atau-bukan/">https://www.jawapos.com/hoax-atau-bukan/</a>
medcom.id	<a href="https://www.medcom.id/cekfakta/">https://www.medcom.id/cekfakta/</a>

*Sumber: Diolah tim penulis*

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa media yang paling rutin melakukan cek fakta. Media-media tersebut antara lain Kompas, Liputan6, Merdeka, Tempo, Viva, Suara, Jawa Pos, dan Medcom. Setiap media tersebut memiliki platform cek fakta yang dapat diakses oleh pengguna. Melalui observasi dan penelitian yang dilakukan, media-media tersebut terbukti cukup aktif dan sering melakukan pengecekan fakta atas berita-berita yang beredar. Hal ini dapat memberikan kepercayaan lebih bagi pembaca untuk mendapatkan informasi yang valid dan dapat dipercaya.

Menghadapi Pemilu 2024, kemungkinan penyebaran *hoax* dan *black campaign* semakin meningkat. Hal ini tentunya dapat mempengaruhi pemilih dalam memutuskan pilihan mereka pada saat Pemilu nanti. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk dapat membedakan informasi yang benar-benar valid dan tidak. Salah satu upaya pencegahan *hoax* dan *black campaign* adalah dengan memanfaatkan kanal cek fakta yang disediakan oleh media-media online tersebut. Dengan mengakses dan memeriksa kebenaran suatu berita melalui kanal cek fakta, masyarakat dapat memastikan bahwa informasi yang mereka terima benar-benar valid dan dapat dipercaya. Selain itu, masyarakat juga dapat melakukan edukasi kepada keluarga dan teman-temannya untuk melakukan pengecekan fakta sebelum menyebarkan berita ke lingkungan sosial mereka. Dengan demikian, diharapkan masyarakat dapat terhindar dari penyebaran *hoax* dan *black campaign* yang dapat mempengaruhi pilihan mereka pada saat Pemilu nanti.

Teknik ketiga dari teknik verifikasi berita adalah *check the image* atau memeriksa gambar. Di era digital saat ini, gambar telah menjadi bagian penting dari berita. Namun, seringkali gambar yang disertakan diambil di luar konteks atau bahkan dimanipulasi untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Oleh karena itu, memverifikasi keaslian gambar sangat penting dalam proses verifikasi berita. Salah satu cara untuk memverifikasi keaslian suatu gambar adalah dengan melakukan pencarian gambar dengan

teknik tertentu. Ini dapat dilakukan melalui mesin pencari seperti *Google Reverse Image* atau *TinEye*. Pengecekan gambar dengan *Google Reverse Image* dan *TinEye* merupakan cara efektif untuk mencegah penyebaran berita bohong. Kedua platform menggunakan teknologi pencarian visual yang memungkinkan pengguna membandingkan gambar yang diunggah dengan database gambar di internet. Ini memungkinkan pengguna untuk memverifikasi keaslian gambar dan menemukan sumber asli gambar tersebut.

Dengan cara ini, penyebaran berita palsu dapat dicegah dengan lebih efektif karena pengguna dapat memverifikasi keaslian gambar sebelum membagikannya kepada publik. Oleh karena itu, pengguna internet harus diingatkan untuk memeriksa gambar sebelum membagikan informasi apa pun di media sosial atau platform lain. Dengan melakukan pemeriksaan gambar dengan Teknik ini, seseorang dapat mengetahui apakah gambar yang digunakan pada suatu berita telah digunakan di tempat lain sehingga memungkinkan dapat memverifikasi keaslian gambar melalui sumbernya. Pengguna dapat mengetahui siapa yang menghasilkan gambar tersebut, kapan dan dimana gambar tersebut diambil, serta bagaimana proses pengambilan gambar tersebut dilakukan.

Tak bisa dipungkiri, Pemilu kerap menjadi ajang penyebaran *hoax* dan *black campaign* oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, teknik verifikasi berita dengan mengecek keaslian gambar sangat penting untuk mencegah penyebaran berita bohong yang dapat mempengaruhi opini publik dalam Pemilu. Dengan melakukan penelusuran gambar dengan teknik tertentu, masyarakat dapat memastikan keaslian gambar yang digunakan dalam berita dan terhindar dari terjebak dalam propaganda palsu. Teknik ini dapat dijadikan pedoman bagi masyarakat menjelang Pemilu mendatang, agar dapat memilih calon legislative (caleg) secara bijak berdasarkan fakta yang valid dan bukan berita bohong yang belum terverifikasi kebenarannya.

Teknik keempat dari teknik verifikasi berita yaitu teknik *check the date* (memeriksa tanggal). Teknik verifikasi berita dengan memverifikasi tanggal berita atau *check the date* merupakan metode yang sangat penting untuk memverifikasi kebenaran informasi yang beredar di jejaring sosial atau platform lainnya. Verifikasi tanggal berita dilakukan dengan memverifikasi bahwa informasi yang diberikan sesuai dengan waktu atau tanggal kejadian sebenarnya (*compatibility between news and actual time of events*). Hal ini sangat penting untuk mencegah informasi yang sudah ketinggalan zaman terus beredar dan menyesatkan masyarakat.

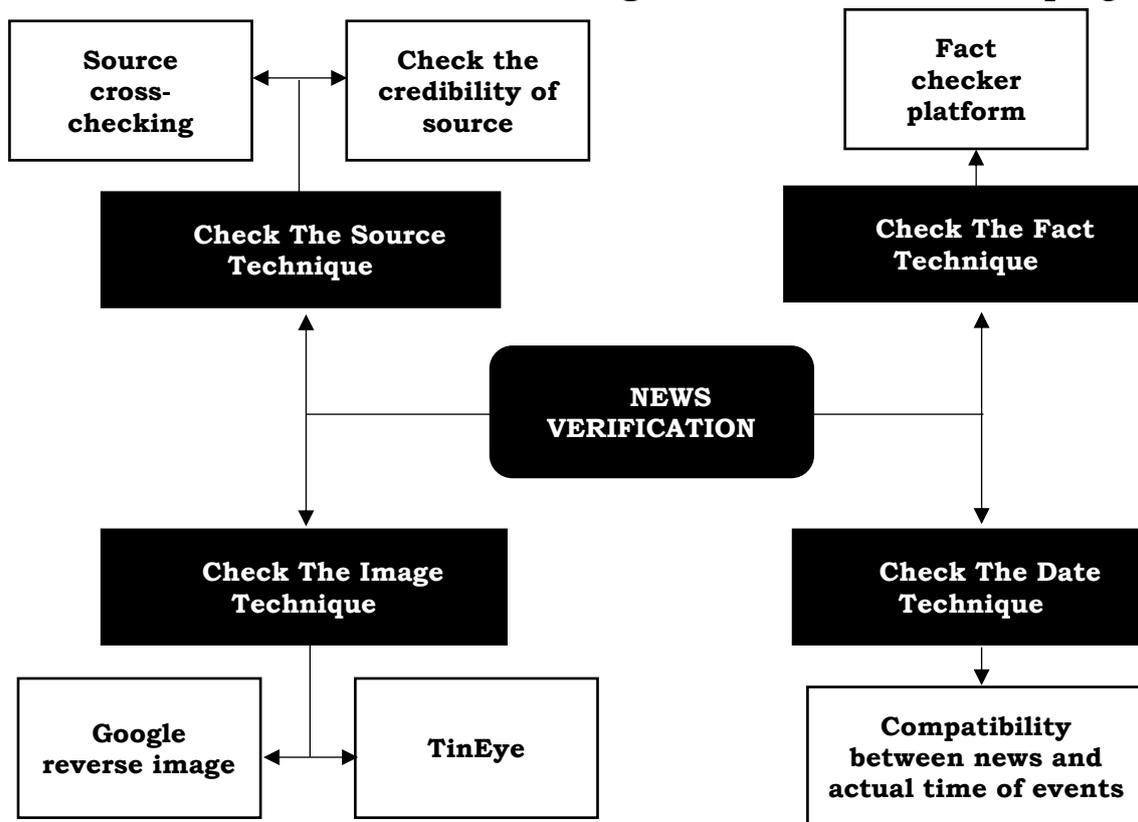
Teknik verifikasi berita dengan mengecek tanggal berita memiliki beberapa manfaat yang sangat penting untuk mencegah penyebaran berita bohong. Pertama, teknik ini dapat membantu memastikan bahwa informasi yang diberikan tetap relevan dan akurat, sehingga masyarakat tidak mudah

terpengaruh oleh informasi yang sudah kadaluarsa. Kedua, teknik ini dapat membantu masyarakat menilai kredibilitas media atau sumber informasi yang menyebarkan informasi bohong. Ketiga, teknik ini dapat membantu masyarakat menjadi lebih cerdas dan kritis dalam mengevaluasi informasi yang diberikan. Namun, teknik verifikasi berita dengan mengecek tanggal berita juga menghadirkan beberapa tantangan. Salah satunya adalah sumber informasi yang sulit dilacak tanggal beritanya, atau mungkin tidak dilengkapi dengan tanggal yang semestinya. Selain itu, pengecekan tanggal berita juga membutuhkan waktu dan tenaga yang cukup untuk mencari informasi mengenai waktu atau tanggal kejadian yang sebenarnya.

Penerapan teknik verifikasi berita dengan memeriksa tanggal atau *check the date* dapat menjadi panduan bagi masyarakat untuk menghadapi Pemilu mendatang. Hal ini dikarenakan dalam situasi Pemilu, sering kali masyarakat disuguhi dengan informasi yang bersifat *hoax* atau *black campaign* yang bertujuan untuk mempengaruhi pemilih. Dengan menguasai teknik verifikasi berita dengan memeriksa tanggal, masyarakat dapat memastikan bahwa informasi yang mereka terima adalah informasi yang benar-benar terkini dan valid. Masyarakat juga dapat menilai kredibilitas media atau sumber informasi yang menyebarkan informasi palsu tersebut. Dengan demikian, penerapan teknik verifikasi berita dengan memeriksa tanggal dapat membantu masyarakat dalam mencegah penyebaran *hoax* dan *black campaign* di masa depan. Sebagai contoh, jika ada informasi yang beredar tentang kandidat tertentu yang tidak sesuai dengan tanggal kejadian sebenarnya, maka masyarakat dapat meragukan kebenaran informasi tersebut dan mencari informasi yang lebih akurat. Oleh karena itu, penggunaan teknik verifikasi berita dengan memeriksa tanggal atau *check the date* perlu menjadi panduan bagi masyarakat dalam menghadapi Pemilu 2024 mendatang.

Berdasarkan paparan di atas, verifikasi berita merupakan cara yang efektif untuk mencegah penyebaran *hoax* dan *black campaign* menjelang Pemilu 2024. Dalam rangka membantu masyarakat dalam melakukan verifikasi berita, peneliti akhirnya mengembangkan sebuah model verifikasi berita yang dapat dijadikan panduan. Model ini menjelaskan teknik verifikasi yang telah disebutkan sebelumnya, yaitu: *check the source*, *check the fact*, *check the image*, dan *check the date*.

**Gambar 4.**  
**Model Verifikasi Berita untuk Mencegah *Hoax* dan *Black Campaign***



Sumber: Diolah tim penulis

Dengan mengikuti model verifikasi berita ini, masyarakat diharapkan menjadikan model tersebut sebagai panduan sehingga dapat memperoleh informasi yang akurat dan dapat dipercaya, serta dapat membantu meningkatkan kualitas jurnalisme di media online di Indonesia terutama dalam melakukan pemberitaan menjelang Pemilu 2024. Dengan cara ini, diharapkan masyarakat dapat lebih cerdas dalam memilih informasi yang benar dan mampu mencegah penyebaran *hoax* atau *black campaign* menjelang Pemilu 2024.

Selain itu, pihak-pihak terkait seperti media dan pemerintah juga dapat menggunakan model verifikasi berita tersebut sebagai acuan dalam menyusun kebijakan terkait dengan pemberitaan dan penyebaran informasi di media online. Dalam hal ini, pemerintah dapat menyusun langkah-langkah seperti meningkatkan kesadaran dan literasi masyarakat mengenai verifikasi berita, meningkatkan pengawasan terhadap media online yang tidak beretika, serta memberikan sanksi tegas bagi pelaku penyebaran *hoax* dan *black campaign*. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan Pemilu 2024 dapat berlangsung dengan jujur, adil, dan demokratis, serta masyarakat dapat memilih calon yang terbaik dengan didasarkan pada informasi yang akurat dan dapat dipercaya.

## **KESIMPULAN**

Dalam rangka menjaga keberlangsungan demokrasi di era digital, terutama menjelang Pemilu dan Pemilihan 2024, hasil penelitian ini adalah untuk mengembangkan model manajemen informasi dan teknik verifikasi berita sebagai panduan dalam mencegah penyebaran *hoax* dan *black campaign*. Model manajemen informasi yang dikembangkan berdasarkan konsep Malak dan tahapan *verifying* sebelum *organizing* pada model verifikasi berita yang dikembangkan dapat membantu masyarakat dalam menyampaikan informasi yang benar dan terpercaya, serta menghindari penyebaran informasi yang meragukan atau palsu termasuk informasi yang mengandung *hoax* dan *black campaign*. Sementara itu, Model verifikasi berita yang meliputi *check the source*, *check the fact*, *check the image*, dan *check the date*, juga dapat membantu masyarakat memeriksa kebenaran berita sebelum menyebarkannya.

Untuk penelitian selanjutnya, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang efektivitas dari model manajemen informasi dan verifikasi berita yang telah dikembangkan pada penelitian ini dengan melibatkan sampel yang lebih luas dan beragam. Hal ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan efektivitas model manajemen informasi dan verifikasi berita dalam mencegah penyebaran *hoax* dan *black campaign* menjelang Pemilu dan Pemilihan 2024. Selain itu, penting bagi masyarakat untuk terus diedukasi dan diberikan pemahaman tentang media sosial dan platform digital agar mampu memverifikasi informasi sehingga menjadi lebih waspada dan bijak dalam menyebarkan informasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alamyah, Reza Maulana, and Prahastiwi Utari. 2016. "Pengaruh Kampanye Hitam (Black Campaign) Pada Pemilih Pemula." *jurnalkommas* 1(7): 1–23.
- Anand, Raghu. 2019. "Verification and Validation of News in The Age of Fake News." *Journal of The Gujarat Research Society* 21(11): 1258–62.
- Beta, A. Rivai et al. 2022. "Literasi Digital Pada Remaja Dalam Upaya Menangkal Informasi Hoax Jelang Pemilu 2024." *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia* 1(6): 17–22.
- Dewan Pers Indonesia. 2023. "Data Perusahaan Pers." *dewanpers.or.id*. <https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers> (September 3, 2023).
- Djuyandi, Yusa, Ari Ganjar Herdiansah, and Jafar Fikri Alkadrie. 2018. "Sosialisasi Dampak Negatif Black Campaign Terhadap Keamanan Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 Di Provinsi Jawa Barat." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(7): 1–8. <http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/20295>.
- Effron, Daniel A., and Medha Raj. 2020. "Misinformation and Morality:

- Encountering Fake-News Headlines Makes Them Seem Less Unethical to Publish and Share.” *Psychological Science* 31(1): 75–87.
- George, Mary. 2008. *The Elements of Library Research The Elements of Library Research: What Every Student Needs to Know*.
- Kominfo. 2018. “Menkominfo: Baru 100 Portal Berita Online Terverifikasi.” *Berita Kominfo*.  
[https://www.kominfo.go.id/content/detail/12345/menkominfo-baru-100-portal-berita-online-terverifikasi/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/12345/menkominfo-baru-100-portal-berita-online-terverifikasi/0/berita_satker).
- Kusuma, Rafles Abdi. 2019. “Media Baru Dan Jurnalisme Warga: Sebagai Sumber ‘Hoax’ Dan ‘Black Campaign’ Pada Agenda Politik.” *Mawa Izh Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan* 10(1): 134–51.  
<https://lp2msasbabel.ac.id/jurnal/index.php/maw/article/view/739>.
- López-Marcos, Casandra, and Pilar Vicente-Fernández. 2021. “Fact Checkers Facing Fake News and Disinformation in the Digital Age: A Comparative Analysis between Spain and United Kingdom.” *Publications* 9(3).
- Malak, Haissam Abdul. 2023. “What Is Information Management? The Complete Guide.” *The Ecm Consultant*.  
<https://theecmconsultant.com/what-is-information-management/> (June 3, 2023).
- Marsh, Catherine. 2009. “Back on the Bandwagon: The Effect of Opinion Polls on Public Opinion.” *British Journal of Political Science* 15(1): 51–74.
- Meisyanti, M, W H Kencana, and H S Nugroho. 2021. “Penelusuran Berita Hoaks Pada Kanal Cek Fakta Di Media Online Medcom. Id.” *Ikon* XXVI(3): 237–46.  
<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKON/article/view/1794%0Ahttps://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKON/article/download/1794/1482>.
- Prayogo, Bagus Edi, and Agung Pandu Winasis. 2018. “Overcoming the Black Campaign as a Barriers to Democracy in the Era of Disruption of Information Technology with the Synergy of Bawaslu, the Minister of Communication and Information, and the Cyber Police Team.” *Law Research Review Quarterly* 4(4): 1129–40.
- Puspitasari, Ayu Febri. 2014. “Pengaruh Marketing Mix Dan Bandwagon Effect Terhadap Brand Equity Dan Voting Intention.” *Reformasi* 4(2): 49–59.
- Rubin, Victoria L, Niall J Conroy, and Yimin Chen. 2015. “Towards News Verification: Deception Detection Methods for News Discourse.” *Hawaii International Conference on System Sciences* (January): 1–11.  
<http://works.bepress.com/victoriarubin/6/>.
- Sandrawati, Nyoman Amie. 2022. “Antisipasi Cybercrime Dan Kesenjangan Digital Dalam Penerapan TIK Di KPU.” *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia* 3(2): 232–57.  
<https://journal.kpu.go.id/index.php/TKP/article/view/655>.

- Schiffes, Steve et al. 2014. "Identifying and Verifying News through Social Media: Developing a User-Centred Tool for Professional Journalists." *Digital Journalism* 2(3): 1–16.
- Situngkir, H. 2017. "Spread of Hoax in Social Media A Report on Empirical Case." *Journal of Economic Perspectives* Vol 31 No.: 211–36.
- Sosiawan, Edwi Arief, and Rudi Wibowo. 2020. "Kontestasi Berita Hoax Pemilu Presiden Tahun 2019 Di Media Daring Dan Media Sosial." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 17(2): 133–42.
- Subiyanto, Achmad Edi. 2020. "Pemilihan Umum Serentak Yang Berintegritas Sebagai Pembaruan Demokrasi Indonesia." *Jurnal Konstitusi* 17(2): 355–71.
- Varshney, Deepika, and Dinesh Kumar Vishwakarma. 2022. "A Unified Approach of Detecting Misleading Images Via Tracing Its Instances On Web And Analyzing Its Past Context For The Verification of Multimedia Content." *International Journal of Multimedia Information Retrieval* 11(3): 445–59. <https://doi.org/10.1007/s13735-022-00235-8>.
- Winarno, Sugeng. 2020. "Hoax Politik Dalam Pemilu 2019 ( Analisis Isi Rubrik ' Hoax Atau Bukan ' Di Jawa Pos )." *ASPIKOM JATIM* 1(September): 59–70.