



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Gaya hidup serba instan membuat masyarakat kini gemar dengan hal-hal yang serba cepat. Selain aktualitas dan akurasi, masyarakat juga membutuhkan kecepatan dalam mendapatkan pemberitaan. Kecepatan pemberitaan tersebut dapat diperoleh karena manusia menemukan media komunikasi yang dapat mendukung pemberitaan dan penyebaran informasi secara lebih cepat dengan jangkauan yang tidak terbatas, yaitu media baru atau yang lebih dikenal dengan media *online*.

Menurut Septriana Tangkary, Direktur Pemberdayaan Informatika Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika (Aptika) Kementerian Kominfo, pengguna internet di Indonesia hingga tahun 2014 mencapai 82 juta orang. Di mana sekitar 80% dari pengguna tersebut merupakan remaja berusia 15-19 tahun (Kemkominfo, 2014).

Media *online* dapat memenuhi kebutuhan masyarakat mengakses informasi dengan cepat melalui berbagai situs termasuk portal berita *online*. Media tersebut tidak lepas dalam kehidupan sehari-hari masyarakat karena karakteristiknya yang global serta akses 24 jam nonstop membuat informasi pada portal berita *online* dapat dipublikasikan secara cepat. Berita pada portal berita *online* juga memiliki tingkat aktualitas yang tinggi sesuai dengan karakteristik masyarakat masa kini yang serba cepat.

Contoh portal berita *online* yang memublikasikan beritanya dengan cepat adalah ketika Detik.com memberitakan kepulangan Presiden Jokowi ke tanah air setelah menghadiri tiga forum internasional di tiga negara yang berbeda. Dalam berita itu disebut pesawat Jokowi mendarat di Bandara Halim Perdanakusuma pada hari Minggu, 16 November 2014 pukul 19:30, sedangkan berita tersebut dipublikasikan pada pukul 19:47. Hal ini menunjukkan detik.com memiliki jeda waktu 17 menit dari peristiwa Jokowi tiba di tanah air sampai publikasi berita tersebut secara *online* (Detik.com, 2014).

Adapun contoh lainnya yakni pada saat pengumuman Presiden Jokowi mengenai kenaikan harga BBM. Pengumuman tersebut disiarkan secara langsung di televisi pada hari Senin, 17 November 2014 mulai pukul 21:00. Pada saat itu, Presiden Jokowi mengumumkan tarif kenaikan harga BBM pada waktu sekitar pukul 21:15. Kompas.com sudah memublikasikan berita mengenai kenaikan harga BBM beserta tarifnya secara *online* pada pukul 21:22. Hal tersebut menunjukkan Kompas.com memiliki jeda waktu 7 menit dari pengumuman Presiden Jokowi sampai berita tentang kenaikan tarif BBM dipublikasikan (Kompas.com, 2014).

Walaupun berita pada media *online* dapat dipublikasikan secara cepat, saat ini beredar isu tentang kurangnya kredibilitas pemberitaan di media *online*. Hal ini dapat terjadi karena masyarakat membutuhkan kecepatan dalam pemberitaan, sehingga jurnalis *online* berasumsi bahwa kecepatan berita merupakan hal yang paling penting dalam media *online*. Kecepatan dalam penulisan dan publikasi berita seringkali mengorbankan akurasi berita itu sendiri sehingga kualitas dan kredibilitas berita menjadi terabaikan.

Contoh penulisan berita *online* yang tidak akurat menurut Dani Prayudhi dalam jurnalnya yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Tentang Tingkat Akurasi Pemberitaan Media Online Detik.com”, adalah saat adanya pemberitaan pada tahun 2011 mengenai pernyataan Marzuki Ali, ketua DPR RI saat itu, mengenai TKW. Dalam berita tersebut pernyataan Marzuki Ali terkesan menjatuhkan TKW, padahal maksudnya tidak demikian. Hal ini terjadi karena kurangnya informasi yang diperoleh oleh wartawan Detik.com (Prayudhi, 2011: 20)

Contoh lainnya adalah pemberitaan mengenai pembukaan toko perabot rumah tangga asal Swedia, IKEA, pada Kompas.com pada tanggal 14 Oktober 2014. Dalam berita itu disebutkan bahwa IKEA akan mulai beroperasi pada hari Rabu (15/10/2014) pekan depan. Padahal pembukaan toko IKEA tersebut akan berlangsung keesokan harinya. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya ketelitian wartawan Kompas.com dalam melakukan kroscek ulang sebelum berita tersebut dipublikasikan kepada khalayak (Kompas.com, 2014).

Seperti menurut Christiany Juditha (2013: 147) dalam jurnalnya yang berjudul “Akurasi Berita dalam Jurnalisme Online (Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal Berita Detiknews”, jurnalisme online selalu menjadi perhatian karena sering dianggap tidak mengutamakan objektivitas berita seperti halnya akurasi, fairliness, kelengkapan, dan imparialitas. Jurnalisme online diasumsikan selalu mengejar keinstanan. Hal seperti inilah yang bisa menjadi masalah karena di satu sisi media online sangat mungkin melakukan penyebaran informasi secara jauh lebih cepat jika dibandingkan dengan media konvensional, namun di sisi lain kecepatan tersebut dapat mengorbankan prinsip-prinsip dasar

jurnalisme di antaranya akurasi berita yang dapat mengurangi tingkat kredibilitas sebuah media.

Selain itu menurut Nezar Patria, Redaktur Pelaksana portal berita *viva.co.id*, ada sejumlah persepsi keliru di kalangan pengelola dan jurnalis media *online*. Persepsi keliru tersebut adalah jurnalisme *online* bukanlah jurnalisme yang serius, *traffic* sebagai pencapaian utama dipandu berita sensasional, dan kualitas dan kredibilitas berita *online* lebih rendah dari jurnalisme cetak (Tempo.co, 2013).

Padahal kredibilitas dalam sebuah berita dinilai penting karena kredibilitas bisa menjadi poin utama agar masyarakat dapat mempercayai sebuah media karena keabsahan berita yang disajikan. Seperti teori yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelly yakni penerima pesan atau informasi lebih mungkin untuk diyakinkan ketika sumber yang digunakan adalah sumber yang kredibel (Umeogu, 2012: 112).

Menurut teori tersebut ketika berita yang disajikan memiliki kredibilitas yang tinggi, masyarakat tidak akan meragukan lagi berita yang disajikan oleh sebuah media. Tingkat kredibilitas yang tinggi bisa menjadi keunggulan sebuah media dalam mendapatkan kepercayaan masyarakat sebagai audiens, apalagi media tersebut sudah cukup populer di masyarakat.

Sedangkan menurut data dari Alexa.com, yakni sebuah situs yang menganalisa situs populer di berbagai negara, saat diakses pada 20 November 2014 ada 5 portal berita *online* di Indonesia yang memiliki popularitas tinggi jika dilihat dari banyaknya jumlah pengunjung. Dalam penelitian ini yang dikategorikan termasuk dalam portal berita *online* adalah media *online* yang menyajikan berita-

berita nasional dari berbagai kategori rubrik seperti politik, ekonomi, sampai dengan hiburan. Kelima portal berita *online* terpopuler tersebut adalah Detik.com, Kompas.com, Liputan6.com, Tribunnews.com, dan Merdeka.com (Alexa.com, 2014).

Gambar 1.1 Ranking Detik.com di Alexa.com



Gambar 1.2 Ranking Kompas.com di Alexa.com



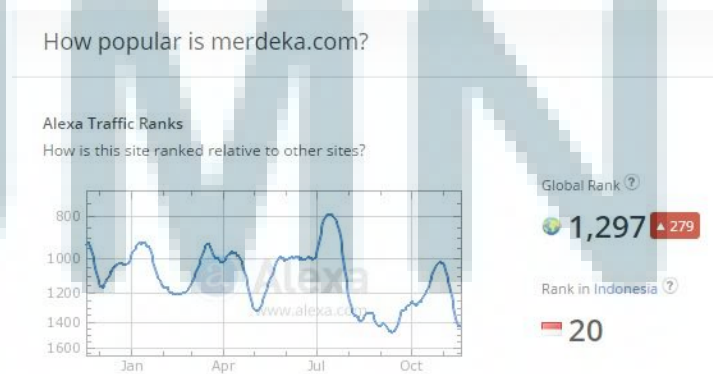
Gambar 1.3 Ranking Liputan6.com di Alexa.com



Gambar 1.4 Ranking Tribunnews.com di Alexa.com



Gambar 1.5 Ranking Merdeka.com di Alexa.com



Di antara urutan peringkat portal berita terpopuler di Indonesia ini, ada beberapa situs non portal berita yang termasuk situs terpopuler di Indonesia. Misalnya Twitter.com yang ada pada urutan ke-11 di bawah Detik.com dan Kompas.com, di bawah Liputan6.com terdapat situs-situs seperti Wikipedia.org, Ask.com, Adcash.com, dan Blogger.com.

Beberapa di antara situs portal berita di Indonesia telah kita ketahui memiliki media dalam bentuk lainnya seperti Kompas.com yang didahului oleh versi cetaknya yakni Harian Kompas dan Liputan 6 yang merupakan bagian dari acara di stasiun televisi SCTV. Namun popularitas kelima portal berita *online* tersebut belum berarti tingkat kredibilitasnya juga tinggi. Hal tersebut yang nantinya akan diteliti melalui penelitian ini.

Kelima portal berita *online* tersebut juga menyajikan berita yang ada di situs mereka dengan cara menyebarkan tautan ke halaman media sosial seperti Facebook dan Twitter yang nantinya akan merujuk ke situs mereka masing-masing. Jadi masyarakat tidak perlu membuka situs-situs tersebut setiap hari melainkan cukup mengikuti halaman media sosial mereka dan tautan yang dibagikan oleh para portal berita *online* akan terlihat di lini masa media sosial tersebut.

Teknologi media *online* tersebut semakin memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi. Kini teknologi media *online* mulai menggeser era media konvensional, di mana sekarang ini internet merepresentasikan revolusi penyebaran informasi. Hal ini bisa terjadi karena media *online* memiliki kebebasan di dalamnya. Kebebasan di sini diartikan sebagai kebebasan informasi yang memiliki potensi kesalahan karena media *online* tidak memiliki proses verifikasi informasi

yang rumit seperti media konvensional. Jurnalis online terkadang dapat mengunggah langsung berita yang ditulisnya demi mengejar kecepatan penyebaran informasi (Metzger dan Flanagin, 2000: 516).

Maka dari itu di era ini, media cetak pun turut serta mengalami konvergensi media dengan membuat versi *online* dari media cetak tersebut, seperti Kompas.com misalnya. Masyarakat yang sudah dari dulu mengonsumsi media konvensional kini sudah mulai mengonsumsi media *online*. Mungkin saja pada akhirnya media konvensional akan tergeser keberadaannya oleh media *online*.

Walaupun reputasi media *online* tidak sejajar dengan media konvensional yang sudah ada terlebih dahulu, media *online* telah membuat perubahan yang signifikan dalam penyajian informasi dan berita pada umumnya. Perubahan tersebut menghasilkan banyaknya jumlah informasi yang dapat diakses oleh masyarakat. Tentunya informasi tersebut dapat diakses secara gratis (Lee-Wright, Phillips & Witschge, 2012: 8).

Masyarakat pun sudah dapat menilai perbedaan penyajian berita yang disajikan di media *online* dengan media konvensional lainnya, khususnya generasi *digital natives*. Generasi *digital natives* lebih mengenal dan paham dalam mengakses informasi di media *online* karena generasi tersebut tumbuh beriringan dengan perkembangan teknologi yang pesat. Oleh sebab itu generasi *digital natives* berperan sebagai audiens yang menggunakan media *online* dalam mengakses informasi dan berita (Prensky, 2001: 1).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik meneliti permasalahan ini karena menyangkut keakuratan pemberitaan yang didistribusikan

pada masyarakat. Penulis memilih media *online* karena saat ini hampir seluruh masyarakat sudah menyentuh media online, khususnya generasi *digital natives*. Penulis juga ingin mengetahui bagaimana penilaian masyarakat terhadap kredibilitas portal berita media *online* di Indonesia dan bagaimana urutan peringkat berdasarkan kredibilitas medianya menurut penilaian dari masyarakat.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan masalah yang akan diteliti yaitu bagaimana generasi *digital natives* sebagai audiens menilai kredibilitas media portal berita *online* terpopuler di Indonesia dan bagaimana urutan peringkat berdasarkan kredibilitas medianya menurut penilaian masyarakat tersebut? Serta apa saja faktor yang dapat menentukan tinggi dan rendahnya kredibilitas sebuah media?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana generasi *digital natives* sebagai audiens menilai kredibilitas media portal berita *online* terpopuler di Indonesia dan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi tinggi dan rendahnya kredibilitas sebuah media.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Sebagai salah satu sumbangan penelitian mengenai media *online* dan diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya, khususnya di bidang Jurnalistik. Penelitian ini juga memberikan data dan informasi mengenai kredibilitas berita secara statistik, aspek-aspek apa saja yang diperhatikan oleh masyarakat, khususnya generasi *digital natives*, sebagai audiens dalam menilai kredibilitas berita pada portal berita *online* terpopuler di Indonesia.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan dapat dipraktikkan oleh media *online* untuk memberi data mengenai penilaian masyarakat sebagai audiens mengenai kredibilitas berita media *online*. Hasil penelitian ini nantinya dapat berguna bagi media *online* untuk lebih memperhatikan aspek penting yang diperhatikan oleh masyarakat sebagai audiens untuk mempertimbangkan kredibilitas berita media *online*.

Hasil dari penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi praktisi media *online* untuk lebih memperhatikan kredibilitas berita pada berita-berita yang disajikan dalam portal berita masing-masing media agar dapat memperoleh lebih banyak kepercayaan masyarakat sebagai audiens.