



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 II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam mengerjakan penelitian ini, yaitu skripsi berjudul “Kredibilitas Pemberitaan Pada Portal Berita Online Vivanews.com” karya Rachmat Widodo dari Universitas Diponegoro Semarang dan “Kredibilitas Pemberitaan Solopos Terhadap Minat Membaca Mahasiswa” karya Daria Rani Gumulya dari Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rachmat Widodo pada tahun 2012, permasalahan mengenai kurangnya kredibilitas berita pada media *online* menjadi acuan peneliti untuk melakukan penelitian tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kredibilitas berita pada situs Vivanews.com. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi yang digunakan untuk menganalisis dan mendeskripsikan kredibilitas pemberitaan yang diposting oleh Vivanews.com. Dalam penelitian tersebut, peneliti berlandaskan konsep multidimensional Flanagin dan Metzger yang terdiri dari *accuracy*, *believability*, *bias*, dan *completeness*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan pada portal berita online Vivanews.com cukup kredibel dilihat dari kualitas-kualitas yang menentukan tingkat kredibilitas pemberitaan seperti *accuracy*, *believability*, *bias*, dan *completeness* sudah dimiliki *vivanews.com* dan relatif terpenuhi. Akan tetapi penelitian ini masih memiliki kekurangan, yakni tidak

semua dimensi dari konsep multidimensional dari Flanagin dan Metzger digunakan oleh Rachmat Widodo. Dalam konsep Flanagin dan Metzger ada satu dimensi lagi yaitu dimensi *trustworthiness* yang tidak dicantumkan dalam penelitian Rachmat Widodo ini (Widodo, 2012).

Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan Daria Rani Gumulya pada tahun 2007, bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara kredibilitas berita dengan minat membaca surat kabar Solopos pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNS Surakarta dan juga untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara motivasi kognitif dengan minat membaca surat kabar Solopos pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNS Surakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode studi korelasi antara variabel kredibilitas pemberitaan surat kabar Solopos, minat membaca surat kabar Solopos, dan motivasi kognitif dalam membaca surat kabar Solopos. Penelitian ini menghasilkan bahwa ada hubungan antara persepsi mahasiswa terhadap kredibilitas surat kabar Solopos dengan minat membaca surat kabar tersebut (Gumulya, 2007).

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Keterangan	Nadia Latief, 2014	Rachmat Widodo, 2012	Daria Rani Gumulya, 2007
Judul	PENILAIAN MASYARAKAT SEBAGAI AUDIENS TERHADAP KREDIBILITAS BERITA MEDIA ONLINE (Studi Deskriptif Tentang Generasi Digital Natives	KREDIBILITAS PEMBERITAAN PADA PORTAL BERITA ONLINE VIVANEWS.COM	KREDIBILITAS PEMBERITAAN SOLOPOS TERHADAP MINAT MEMBACA MAHASISWA

	Menilai Kredibilitas Berita Pada Portal Berita Online Terpopuler di Indonesia)		
Permasalahan	Bagaimana penilaian masyarakat sebagai audiens menilai kredibilitas berita yang ada di portal berita online terpopuler di Indonesia?	Bagaimana deskripsi kredibilitas berita pada situs Vivanews.com?	<p>1. Apakah ada korelasi yang signifikan antara kredibilitas berita dengan minat membaca surat kabar Solopos pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNS Surakarta?</p> <p>2. Apakah ada korelasi yang signifikan antara motivasi dengan minat membaca pada surat kabar Solopos pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNS Surakarta?</p>
Tujuan	Untuk mengetahui bagaimana penilaian masyarakat sebagai audiens menilai kredibilitas berita portal berita online terpopuler di Indonesia dan faktor apa saja yang menentukan tinggi dan rendahnya	Untuk mengukur kredibilitas pemberitaan pada Vivanews.com.	Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara kredibilitas berita dengan minat membaca surat kabar Solopos pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNS Surakarta dan juga untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara

	kredibilitas sebuah media		motivasi kognitif dengan minat membaca surat kabar Solopos pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNS Surakarta
Metodologi	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif
Teori	Teori kredibilitas sumber Konsep multidimensional Flanagin dan Metzger Teori digital	Konsep multidimensional Flanagin dan Metzger	<i>Uses and Gratification</i>
Hasil Penelitian	Audiens menilai Kompas.com unggul di semua dimensi yaitu <i>believability, accuracy, trustworthiness, bias, dan completeness</i> , nilai paling tinggi ada pada dimensi <i>trustworthiness</i> yang diraih oleh Kompas.com dan Detik.com dan dimensi <i>completeness</i> yang diraih oleh Liputan6.com, Tribunnews.com, dan Merdeka.com.	Menunjukkan bahwa pemberitaan pada portal berita online <i>vivanews.com</i> cukup kredibel dilihat dari kualitas-kualitas yang menentukan tingkat kredibilitas pemberitaan seperti <i>accuracy, believability, bias, dan completeness</i>	Ada hubungan antara persepsi mahasiswa terhadap kredibilitas surat kabar Solopos dengan minat membaca surat kabar tersebut.
Perbedaan	Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan persepsi masyarakat terhadap faktor penentu kredibilitas 5 media online	Penelitian ini mengukur tingkat kredibilitas pada situs <i>vivanews.com</i>	Penelitian ini tentang studi korelasi antara kredibilitas berita pada Solopos terhadap minat baca mahasiswa

	terpopuler di Indonesia	Menggunakan Konsep multidimensional Flanagan dan Metzger	Menggunakan model <i>Uses and Gratification</i>
	Menggunakan Teori kredibilitas sumber, Konsep multidimensional Flanagan dan Metzger, dan Teori digital		
Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan metode kuantitatif (survey) - Meneliti tentang kredibilitas berita 		

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Teori Kredibilitas Sumber

Penelitian ini salah satunya berlandaskan teori kredibilitas sumber yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley pada tahun 1953. Di mana teori ini mengungkapkan bahwa seseorang lebih mudah yakin akan sebuah informasi ketika sumber informasi itu sendiri adalah sumber yang kredibel (Umeogu, 2012: 112).

Sumber dengan kredibilitas yang tinggi memiliki dampak yang besar terhadap opini para audiens dibandingkan dengan sumber dengan kredibilitas yang rendah. Ketika pesan atau informasi dari sumber yang kredibel sebagai komunikator dapat diterima oleh komunikan dengan argumen, maka keahlian komunikator dapat menentukan kepercayaan yang diberikan kepadanya dari komunikan atau audiens.

Dalam melakukan proses komunikasi, seorang komunikator akan sukses apabila dapat menunjukkan dirinya adalah sumber yang kredibel. Dengan menjadi sumber yang kredibel, komunikator akan menerima pesan yang dianggap benar dan sesuai dengan kenyataan. Kredibilitas komunikator tersebut dapat terbentuk melalui keahlian komunikator dalam menguasai informasi atau pesan mengenai sebuah objek yang dimaksud dan memercayai bahwa informasi yang disampaikan tersebut memiliki kebenaran.

Teori ini diterapkan melalui tiga model di dalamnya, yakni *the factor model*, *the functional model*, dan *the constructivist model*. Ketiga model ini digunakan untuk mempersempit ruang lingkup teori kredibilitas sumber yang cukup luas. Ketiga model ini juga menjadi strategi untuk menjadi fokus dalam mempelajari bidang komunikasi (University of Kentucky, 2001).

The factor model (suatu pendekatan *covering laws*), salah satu model ini membantu menetapkan sejauh mana penerima informasi menilai kredibilitas sumber informasi yang diterimanya. Model berikutnya, yakni *the functional model* (masih termasuk pendekatan *covering laws*) memandang kredibilitas sampai pada taraf bahwa kredibilitas itu sendiri mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhan penerima informasi secara individual. Kemudian untuk model yang terakhir, yakni *the constructivist model* (suatu pendekatan *human action*) menganalisa apa yang dilakukan

oleh penerima pesan terhadap usulan-usulan yang diberikan oleh sumber informasi yang digunakan tersebut.

Dalam hal ini portal berita *online* yang digunakan oleh generasi *digital natives* cukup diperhitungkan untuk menjadi sumber informasi. Generasi ini bisa mengakses portal berita *online* sebagai sumber informasi melalui perangkat media yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari seperti telepon genggam pintar, komputer, *tablet*, atau perangkat apa saja asalkan perangkat tersebut terhubung dengan koneksi internet.

Maka dari itu, penting bagi praktisi portal berita *online* untuk memperhatikan kredibilitas sumber informasi yang disajikan. Sesuai teori ini, para pengakses portal berita *online* akan lebih mudah yakin dan percaya kepada informasi yang diberikan apabila sumber yang digunakan adalah sumber yang kredibel.

Selanjutnya, Hovland dan Walter Weiss meneliti tentang pengaruh sumber dalam hal persuasi. Penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan sumber yang kredibel dengan sumber yang non-kredibel dengan menggunakan pesan persuasi yang sama. Hal ini dilakukan untuk membandingkan apakah sumber yang dinyatakan kredibel dapat mempengaruhi opini publik melalui pesan yang disebarkan dengan pesan yang diberikan oleh sumber yang dinyatakan non-kredibel.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sumber-sumber yang kredibel cenderung dapat memberikan dampak sesuai keinginan melalui pesan-pesan yang disalurkan (Umeogu, 2012: 112-113).

2.2.2 Konsep Multidimensional Kredibilitas Media

Dalam jurnalnya yang berjudul *Perception of Internet Information Credibility*, Flanagin dan Metzger (2000: 521-522) menyatakan ada lima dimensi yang paling umum digunakan oleh para peneliti untuk mengukur kredibilitas media. Kelima dimensi tersebut adalah *believability*, *accuracy*, *trustworthiness*, *bias*, dan *completeness*. Flanagin dan Metzger juga mengoperasionalkan kelima dimensi tersebut sebagai konsep multidimensional untuk mengukur kredibilitas informasi yang diterima oleh para audiens pada lima media, yaitu media internet, majalah, koran, radio, dan televisi.

Kelima dimensi tersebut juga digunakan dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

- *Believability*: menyangkut penulisan berita apakah dapat dipercaya, terkait dengan sumber-sumber yang digunakan oleh jurnalis.
- *Accuracy*: apakah berita yang ditulis sudah akurat, ketepatan dalam penulisan, ketepatan akan informasi yang diberikan.
- *Trustworthiness*: apakah media tersebut layak untuk dipercaya
- *Bias*: apakah berita yang ada dalam media *online* terdapat kecenderungan terhadap sebuah institusi atau objektivitas jurnalis dalam menulis berita.

- *Completeness*: kelengkapan suatu berita terkait dengan unsur-unsur yang ada.

Flanagin dan Metzger juga menjelaskan bahwa media konvensional menjalani proses verifikasi serta proses cek dan ricek terlebih dahulu dalam informasi yang akan disajikan sebelum sampai kepada masyarakat, namun proses ini tidak selalu dilakukan oleh media *online*. Walaupun media *online* tidak selalu melakukan proses cek dan ricek, Flanagin dan Metzger (2000: 516) menyatakan bahwa media *online* adalah media yang paling sering digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi dibandingkan dengan media lain seperti buku, majalah, televisi, koran, maupun komunikasi langsung.

Proses verifikasi serta cek dan ricek penting dilakukan oleh media yang menjadi sumber informasi masyarakat. Seperti yang dikatakan Flanagin dan Metzger (2000: 517), proses tersebut dapat membantu untuk memastikan reliabilitas informasi yang akan diberikan kepada masyarakat. Apabila proses tersebut dilakukan dengan benar oleh media, masyarakat dapat dengan mudah menerima dan mengevaluasi informasi yang diterima secara efektif. Proses tersebut juga dapat membantu masyarakat yang baru mulai mengenal dunia internet yang masih mengalami kesulitan dalam mengevaluasi informasi yang diterimanya secara akurat.

Penelitian ini berlandaskan konsep multidimensional tersebut untuk mengukur tingkatan kredibilitas media portal berita *online* terpopuler yang

ada di Indonesia. Konsep ini nantinya akan dibuktikan melalui kuisioner yang akan diisi oleh responden.

2.2.3 Digital Theory

Digital theory atau teori digital yang dikemukakan oleh Glen Creeber ini adalah sebuah konsep pemikiran yang dimulai dari zaman modernisme dengan *old media* atau media lama sampai zaman post-modernisme dengan *new media* atau media baru.

Di mana pada zaman modernisme berada pada masa revolusi industri. Pada masa ini masyarakat masih sangat percaya pada konsep ketuhanan. Kemudian seiring berkembangnya teknologi dan sains, masyarakat mulai memahami konsep terciptanya dunia ini melalui pemahaman ilmiah. Setelah semakin berkembangnya teknologi pada masa ini, mulailah masuk budaya baru dalam kehidupan masyarakat. Budaya tersebut masuk dalam bentuk novel, bioskop, televisi, komik, koran, majalah, dan sebagainya.

Namun zaman modernisme ini berbeda dengan zaman post-modernisme di mana era media baru mulai masuk. Zaman ini dimulai setelah revolusi industri. Masyarakat pada zaman post-modernisme melalui kebangkitan teknologi informasi yang luar biasa (Creeber, 2012: 11-15).

Teori digital ini berhubungan dengan media karena dengan berkembangnya zaman, media di dunia ini juga turut berkembang mengikuti

zaman. Di era *new media* ini, segala informasi dapat diakses dengan mudah melalui koneksi internet.

Teori ini menjadi konsep pemahaman dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis, dari yang bersifat sulit menjadi mudah, semua hal ini terjadi karena adanya perkembangan zaman melalui perkembangan teknologi dan sains dalam media. Teori digital ini selalu berhubungan dengan media karena media adalah sesuatu yang terus berkembang seiring perkembangan zaman.

Segala kemudahan yang kita rasakan di era digital ini disebabkan oleh hadirnya *new media* atau media baru dalam kehidupan kita. Kehadiran internet memudahkan kita semua dalam mencari informasi yang kita butuhkan. Interaksi antar manusia dapat bertambah melalui media baru ini. Segala bentuk kegiatan interaksi manusia didukung oleh kecanggihan teknologi yang berkembang pesat hingga saat ini. Generasi anak-anak pun kini tidak lepas dari koneksi internet yang bisa diakses melalui telepon genggam yang hampir setiap orang memilikinya.

Seperti halnya generasi *digital natives* yang menjadi populasi dalam penelitian ini akan semakin bergantung terhadap penggunaan internet dalam kehidupan sehari-harinya. Teori ini dapat terus digunakan untuk memahami fenomena yang terus berkembang ini pada generasi-generasi selanjutnya.

Namun menurut Creeber, *new media* jika dilihat dari sudut pandang teoretis apapun, media itu sendiri belum mengalami perubahan yang drastis selama 20-30 tahun terakhir ini. Media berkembang secara perlahan-lahan

mengikuti zaman. Teori dari Creeber ini sendiri masih ada di tahap awal dan masih bisa terus berkembang, karena media itu sendiri juga masih berkembang. Teori digital ini bisa terus kita pakai untuk memahami *new media* terus sampai dengan masa depan.

2.2.4 Digital Natives

Generasi *digital natives* adalah generasi yang tumbuh diiringi dengan teknologi baru. Dalam kehidupan sehari-harinya generasi ini dikelilingi dan menggunakan teknologi seperti komputer, telepon genggam, kamera video, pemutar musik digital, dan alat lain yang digunakan dalam era digital ini atau yang saat ini disebut dengan istilah *gadget*.

Menurut Marc Prensky, generasi ini memiliki karakteristik pola pikir yang dapat berubah dengan cepat. Hal ini dapat terjadi karena generasi ini berinteraksi dengan lingkungan yang dikelilingi dengan alat-alat digital yang serba cepat. Selain itu generasi ini juga dapat melakukan beberapa hal dalam waktu yang bersamaan, misalnya membaca buku sambil mendengarkan musik. Hal tersebut cenderung mustahil dilakukan oleh *digital immigrants*, generasi pendahulu *digital natives*, karena mereka tidak terlatih untuk melakukan hal tersebut.

Generasi *digital natives* cenderung mengalihkan perhatiannya kepada hal yang lebih menyenangkan ketika mereka seharusnya melakukan hal yang lebih serius. Itulah yang menyebabkan generasi *digital natives* sering tidak memperhatikan pada saat kegiatan belajar mengajar

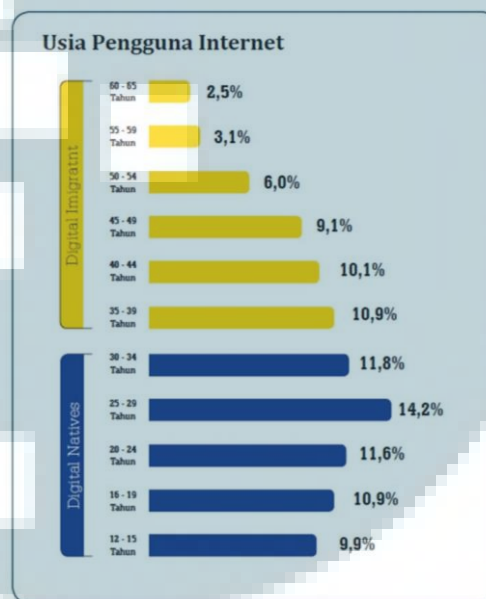
berlangsung, karena menurut perspektif generasi *digital natives* pengajaran yang dilakukan oleh generasi *digital immigrants* tidak layak untuk diperhatikan dibandingkan kegiatan yang lebih menyenangkan yang sudah mereka rasakan setiap harinya. Dalam kesehariannya generasi *digital natives* selalu merasakan hal yang menyenangkan melalui alat-alat digital yang digunakannya. Oleh karena itu kegiatan belajar mengajar dianggap kegiatan yang membosankan (Prensky, 2001: 3).

Akibatnya generasi *digital immigrants* harus beradaptasi dengan generasi penerus mereka karena sudah tidak mungkin generasi *digital natives* harus mengikuti budaya mereka yang kuno. Generasi *digital natives* sudah terlahir pada era di mana budaya sudah bermigrasi ke budaya yang baru. Generasi ini bisa berkembang dengan sendirinya dan mempelajari hal-hal yang baru dengan cepat. Karena itu di era digital ini, seringkali generasi *digital natives* mengajarkan generasi *digital immigrants* dalam menggunakan perangkat media masa kini. Pengetahuan akan mainan masa kini jauh lebih dikuasai oleh generasi *digital natives* dan generasi *digital immigrants* butuh waktu lebih lama untuk beradaptasi dan paham untuk menggunakan peralatan era digital. Hal ini terjadi karena pada masa muda generasi *digital immigrants*, mereka tidak dikelilingi oleh teknologi yang canggih seperti sekarang ini.

Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2012, sebaran pengguna internet berdasarkan umur di Indonesia dimulai dari usia 12 tahun hingga 65 tahun. Menurut data tersebut, yang

termasuk generasi *digital natives* usianya berkisar antara 12 tahun hingga 34 tahun dan generasi *digital immigrants* usianya berkisar antara 35 tahun hingga 65 tahun (APJII 2012). Data tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.1 Usia Pengguna Internet



Sumber: APJII 2012

Rentang usia generasi *digital natives* yang dipaparkan oleh APJII seperti pada gambar di atas akan peneliti gunakan sebagai batas bawah dan batas atas usia responden serta interval usia pada pertanyaan profil dalam kuesioner penelitian.