



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 KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, terdapat dua acuan kajian pustaka sebagai data pembandingan dan pendukung.

Penelitian pertama, Juditha (2013) jurnal Pekomnas Vol. 16 No. 3 tahun 2013 hal. 145-154 dengan judul “Akurasi berita dalam *jurnalisme online* Pada kasus dugaan korupsi mahkamah konstitusi di portal berita *Detik.com*”. Penelitian ini menggunakan metode yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif untuk mengukur tingkat akurasi. Adapun jumlah artikel yang menjadi sampel penelitian adalah 46 artikel dengan teknik *total sampling* artikel kasus dugaan korupsi mahkamah konstitusi di portal berita detiknews.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa dari 46 item berita tentang kasus dugaan korupsi di Mahkamah Konsitusi (MK) yang dimuat pada portal berita *Detik.com* menunjukkan bahwa mayoritas berita (82,6%) telah melakukan cek dan ricek kepada sumber berita. Dan hanya sedikit berita (17,4%) yang tidak disertai cek dan ricek kepada sumber berita. Dari hasil pengamatan, tergambar bahwa sebagian besar berita pada *Detik.com* hanya menyertakan satu sumber berita saja. Hal ini disesuaikan dengan judul berita. Sehingga inti judul berita sama dengan inti isi berita. *Detik.com* sebagai media *jurnalisme online* tetap memegang teguh akurasi pemberitaannya. Ini terlihat dari hasil kuantitatif lima kategorisasi akurasi berita yang dikaji yaitu cek dan ricek; kesalahan penulisan pada data; sumber berita yang relevan; akurasi judul dengan isi; serta akurasi antara foto dengan isi,

kesemuanya bernilai diatas lima puluh persen. Hal ini sesuai dengan nilai-nilai yang diemban oleh detikcom yaitu cepat dan akurat, kreatif dan inovatif, integritas, kerjasama dan independen. Tetapi tetap memiliki komitmen tinggi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Penelitian kedua, Prayudi (2013) skripsi dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dengan judul “Persepsi Mahasiswa Tentang Tingkat Akurasi Pemberitaan Media *Online* (Studi Survei Persepsi Mahasiswa Reguler FISIP Untirta pada *Detik.com*)”. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah menyebarkan kuesioner kepada responden. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dikatakan bahwa Detik.com merupakan situs media daring yang memperhatikan akurasi dalam setiap pemberitaannya meski aktualitas menjadi ciri mutlak media daring. Tingkat akurasi *Detik.com* pun dapat dikatakan akurat dengan hasil perhitungan sebesar 71,38%.

Jika dibandingkan dengan kedua penelitian di atas, penelitian ini juga akan meneliti perbandingan akurasi pemberitaan *Tribunnews.com* dan *Detik.com* . Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual. pendekatan yang digunakan pendekatan kuantitatif yaitu memandang realitas secara objektif, tunggal, independen, dan deduktif, serta menggunakan metode analisis isi agar mendapatkan deskripsi yang objektif, sistematis, dan kuantitatif mengenai isi komunikasi yang nampak. Persamaan dengan peneliti pertama adalah sama-sama

membahas akurasi dalam pemberitaan media daring. Perbedaannya adalah peneliti menggunakan kuantitatif dan peneliti pertama menggunakan *mix methods*. Teori pun terdapat perbedaan. Peneliti pertama menggunakan dua teori yaitu teori tanggung jawab sosial dan *gatekeeping theory*. Persamaan dengan peneliti kedua adalah sama-sama menggunakan akurasi pemberitaan Detik.com. Persamaan kedua, sama-sama menggunakan kuantitatif deskriptif. Perbedaannya dengan peneliti terdahulu kedua dengan peneliti yaitu peneliti menggunakan metode analisis isi kuantitatif, sedangkan peneliti terdahulu kedua menggunakan metode survei. Perbedaan kedua, peneliti kedua menggunakan teori digital dan informasi sedangkan peneliti menggunakan teori tanggung jawab sosial.

Tabel 2.1 Review Peneliti Terdahulu

	Peneliti I	Peneliti II	Penelitian ini
Nama, Asal dan Tahun Penelitian	Christiany Juditha. Jurnal Pekomnal 16(3), 2013	Dani Prayudhi. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2013	Priscilla Trisna. Universitas Multimedia Nusantara, 2018
Judul Penelitian	Akurasi Berita dalam Jurnalisme <i>Online</i> (Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal Berita Detiknews)	Persepsi Mahasiswa Tentang Tingkat Akurasi Pemberitaan Media <i>Online</i> (Studi Survei Persepsi Mahasiswa Reguler FISIP Untirta pada Detik.com)	Perbandingan Tingkat kesalahan Dalam Akurasi Berita Pada Dua Situs Berita Terpopuler Di Indonesia (Analisis Isi Tentang Bom Bunuh Diri di Gereja Surabaya)
Masalah Penelitian	1. Seberapa besar tingkat akurasi pemberitaan Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal	1. Seberapa besar tingkat akurasi Detik.com dalam melakukan pemberitaan	Bagaimana perbandingan tingkat kesalahan dalam akurasi berita pada dua situs

	Berita Detiknews		berita terpopuler di Indonesia tentang bom bunuh diri di Gereja Surabaya?
Tujuan Penelitian	1. Mengetahui seberapa besar tingkat akurasi pemberitaan Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal Berita Detiknews	1. Untuk mengetahui fakta-fakta yang dihadirkan Detik.com, melihat sisi keberimbangan, dan mengukur seberapa besar tingkat akurasi pemberitaan Detik.com.	Mendesripsikan dan membandingkan tingkat kesalahan dalam akurasi berita pada dua situs berita terpopuler di Indonesia tentang bom bunuh diri di Gereja Surabaya
Teori yang Digunakan	1. Teori Tanggung Jawab Sosial	1. Teori Digital 2. Teori Informasi	Teori tanggung jawab sosial
Metode Penelitian	Analisis isi Kuantitatif	Kuantitatif Survei	Analisis isi Kuantitatif
Populasi Penelitian	Populasi adalah seluruh berita di detiknews.com yang berjumlah 46 artikel yang berkaitan dengan Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal Berita Detiknews.	Populasi adalah Mahasiswa Reguler Ilmu Komunikasi Jurnalistik FISIP Untirta angkatan 2007 dan 2008 sebanyak 54 orang.	Populasi adalah seluruh berita di Detiknews.com yang berjumlah 33 berita dan Tribunnews.com 44 berita yang berkaitan dengan Kasus bom bunuh diri di Gereja Surabaya.
Hasil Penelitian	hasil penelitian ini menggambarkan bahwa sebagai media jurnalisme <i>online</i> , detikNews tetap memegang teguh akurasi pemberitaannya. Ini terlihat dari hasil kuantitatif lima kategorisasi akurasi berita yang dikaji	Tingkat akurasi Detik.com pun dapat dikatakan akurat dengan hasil perhitungan sebesar 71,38%.	Tingkat akurasi berita pada Detik.com sebesar 95,93% dan Tribunnews.com sebesar 96,58%. Artinya Tribunnews.com dalam akurasi lebih baik daripada Detik.com

	yaitu cek dan ricek; kesalahan penulisan pada data; sumber berita yang relevan; akurasi judul dengan isi; serta akurasi antara foto dengan isi. Semua kategori bernilai diatas lima puluh persen		
--	--	--	--

2.2 Teori

2.2.1 Teori Tanggung Jawab Sosial

Teori ini berasal dari hasil rumusan Komisi Kebebasan Pers yang diikuti oleh para praktisi jurnalistik tentang kode etik media yang kemudian dikenal dengan Komisi Hutchins. Theodore Peterson menyatakan bahwa kebebasan pers harus disertai kewajiban-kewajiban, dan pers mempunyai kewajiban untuk bertanggung jawab kepada masyarakat untuk melaksanakan tugas pokok komunikasi massa. Berdasar teori yang diungkapkan Peterson, kebebasan pers masih dipertahankan dengan penambahan tugas dan beban, kebebasan pers harus disertai kewajiban bertanggung jawab (Baran & Davis, 2012).

Teori ini menganggap kebebasan mutlak banyak mendorong terjadinya dekadesi moral, yang menuntut kepada media massa untuk memiliki suatu tanggung jawab sosial yang baru. Teori ini memandang perlu pers dan sistem jurnalistik menggunakan dasar moral dan etika. Pers perlu melakukan tugas sesuai dengan standar – standar hukum tertentu. Dalam hal ini, kebebasan pers tetap

dipertahankan dengan menambahkan kewajiban, kebebasan yang dimiliki perlu disertai dengan tanggung jawab sosial dan kecenderungan berorientasi pada kepentingan umum, baik secara individual maupun kelompok (Wibowo 2009).

Untuk mengembalikan kepercayaan publik terhadap media, perusahaan media harus berpedoman pada prinsip-prinsip teori tanggung jawab sosial. Menurut McQuail (2011), prinsip-prinsip dasar dari teori tanggung jawab sosial adalah media harus menerima dan memenuhi kewajibannya kepada masyarakat, media perlu menetapkan standar yang tinggi tentang kebenaran, ketepatan, keberimbangan, dan keseimbangan. Media perlu mengatur kelembagaan hukum dan menghindari segala sesuatu yang dapat menimbulkan kejahatan, kekerasan, ketidaktertiban umum, dan penghinaan terhadap kaum minoritas. Media secara keseluruhan hendaknya bersifat *pluralis*. Media perlu juga bertanggung jawab kepada masyarakat dan pasar.

Penjelasan mengenai teori tanggung jawab sosial dijelaskan bahwa kebebasan pers memiliki tanggung jawab kepada masyarakat, kebebasan pers harus disertai kewajiban-kewajiban, dan pers mempunyai kewajiban untuk bertanggung jawab kepada masyarakat untuk melaksanakan tugas pokok komunikasi massa. Kebebasan pers masih dipertahankan dengan penambahan tugas dan beban, kebebasan pers harus disertai kewajiban bertanggung jawab.

2.2.2 Komunikasi Masa

Komunikasi massa merupakan proses menciptakan kesamaan arti antara media massa dengan khalayak (Baran, 2012). Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan komunikator dan komunikan secara massal,

berjumlah banyak, terpecah, heterogen dan menimbulkan efek tertentu. Selain itu pesan yang disampaikan cenderung terbuka dan mencapai khalayak dengan serentak. Bittner berpendapat bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Batasan komunikasi massa ini lebih menitik beratkan pada komponen-komponen dari komunikasi massa yang mencakup pesan-pesan, dan media massa (seperti koran, majalah, TV, radio, dan film), serta khalayak (Riswandi, 2009).

Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner. Menurut Gerbner dalam Rakhmat (2009) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Sedangkan menurut Rakhmat (2009) komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Bagi Jurdi disebutkan bahwa "*in mass communication, there is no face-to-face contact* (dalam komunikasi massa, tidak ada tatap muka antar penerima pesan)" (dalam Nurudin, 2009).

Baran (2012) mengatakan bahwa komunikasi adalah transmisi pesan dari suatu sumber kepada penerima. Yaitu proses penyampaian suatu informasi dari pihak pengirim kepada pihak penerima. Lasswell (dalam Baran, 2012) mengatakan bahwa cara paling nyaman untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan: Siapa berkata apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa? Komunikasi digunakan dalam hal tersederhana misalnya pada

proses interaksi antar manusia. Komunikasi sebagai suatu proses interaksi adalah suatu proses sebab akibat atau aksi reaksi yang arahnya bergantian.

Pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah proses komunikasi yang menggunakan media massa dan pesannya (*message*) ditujukan kepada khalayak luas. Dalam proses komunikasi massa, idealnya terbentuk kesamaan makna antara media massa dan khalayaknya. Komunikasi massa bisa menggunakan komunikasi secara langsung antara komunikator kepada komunikan ataupun menggunakan saluran perantara seperti media sosial atau media elektronik. Komunikasi massa sendiri merupakan juga proses penciptaan makna bersama antara media massa dan khalayak. Karakteristik dari komunikasi massa antara lain, komunikator terlembagakan, komunikannya beragam, pesan ditujukan kepada khalayak luas, proses komunikasi berlangsung satu arah, tetapi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan prosesnya berlangsung dua arah, khalayak memperoleh pesan secara serempak.

2.2.3 Internet sebagai *New Media*

Abad ke-20 dapat digambarkan sebagai zaman pertama media massa. Abad ini juga ditandai dengan berubahnya ketakjuban maupun ketakutan atas pengaruh media massa. Walaupun terjadi perubahan yang besar dalam lembaga dan teknologi media serta dalam masyarakat sendiri dan juga munculnya ‘ilmu komunikasi’, perdebatan publik mengenai signifikansi sosial yang potensial dari ‘media’ sepertinya tidak terlalu berubah. Penggambaran isu yang muncul selama dua atau tiga dekade awal pada abad ke-20 lebih dari sekedar kepentingan sejarah

dan pemikiran awal memberikan poin rujukan untuk memahami masa kini. (McQuail, 2011).

Saverin & Tankard (2008) menjelaskan bahwa media adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi dari sumber informasi kepada penerima informasi, dan yang dimaksud dengan baru adalah sesuatu yang dapat menciptakan suatu inovasi ataupun perubahan yang dapat melahirkan sesuatu yang sangat diinginkan seseorang. *New media* atau media baru adalah sebuah terminologi untuk menjelaskan *konvergensi* antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Termasuk dalam *new media* atau media baru adalah internet, selain internet tidak termasuk ke dalam *new media*, seperti media cetak, televisi, majalah, Koran, dan lain lain. *New media* juga bisa diartikan sebagai produk teknologi komunikasi di media massa yang akan datang bersama-sama dengan komputer digital.

Menurut McQuail (2011) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana

Media baru adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer dan telepon genggam canggih. Dua kekuatan utama perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur (McQuail, 2011).

Media baru disebut juga *new media* digital. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008).

Ciri-ciri utama internet sebagai media McQuail (2011) adalah teknologi berbasis komputer, karakteristiknya hibrida, tidak berdedikasi, fleksibel, potensi interaktif, fungsi publik dan privat, peraturan yang tidak ketat, kesalingterhubungan, ada dimana-mana/tidak tergantung lokasi, dapat diakses individu sebagai komunikator, media komunikasi massa dan pribadi.

Saverin dan Tankard (2008) mengungkapkan bahwa:

banyak pengguna layanan internet yang juga menyadari bahwa mereka juga perlu berhati-hati terhadap informasi yang mereka terima. Para pengguna internet dan layanan jasa iklan seharusnya meninjau kembali ketepatan informasi dari layanan ini. Berita yang diterima oleh masing-masing pengguna kadang memuat informasi yang bisa dipercaya, tetapi bisa juga hanya memuat rumor, spekulasi, pernyataan yang sengaja diselewengkan, dan penipuan. Situasi ini sebenarnya dapat memacu para jurnalis serta profesional lain (yaitu orang-orang yang memiliki keahlian untuk menilai sebuah informasi) untuk menguji kebenaran berita, dan yang terpenting adalah memberikan pengarahannya tentang mana yang penting dan mana yang tidak (p. 69).

Media baru (internet) memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan media-media lainnya. Di antaranya, permintaan akses ke konten (isi/informasi)

bisa dilakukan pengguna kapan saja dan di mana saja pada setiap perangkat digital, umpan balik pengguna bersifat interaktif, dan memungkinkan terbentuknya komunitas di sekitar konten media (Romli, 2012). Namun, kelebihan ini tidak lantas membuat internet menjadi media yang paling sempurna. Media internet menurut Baran (2012) mempunyai beberapa kelemahan yaitu pemerintah sulit melakukan kontrol terhadap internet, pornografi semakin merajalela, pelanggaran hak cipta dan pelanggaran privasi.

2.2.4 Jurnalistik *Online*

Jurnalisme online (*Online Journalism*) disebut juga *cyber journalism*. Secara ringkas dan praktis, jurnalistik bisa diartikan sebagai “memberitakan sebuah peristiwa” (Romli, 2012). Jurnalisme online adalah tipe baru jurnalisme yang memiliki karakteristik berbeda dengan media konvensional. Deuze dikutip dalam (Santana, 2005) perbedaan *jurnalisme online* dengan media tradisional, terletak pada keputusan jenis baru yang dihadapi oleh para wartawan *cyber*. *Online Journalism* harus membuat keputusan-keputusan mengenai format media yang paling tepat mengungkapkan sebuah kisah tertentu dan harus mempertimbangkan cara-cara untuk menghubungkan kisah tersebut dengan kisah lainnya, arsip-arsip, sumber-sumber, dan lain-lain melalui *hyperlink*” (Santana, 2005).

Menurut Craig (dalam Santana, 2005) kelebihan dari *jurnalisme media online*, yaitu pembaca dapat menggunakan link untuk menawarkan pengguna dalam membaca lebih lanjut pada setiap berita, pembaca dapat memperbarui

berita secara langsung dan teratur, informasi di online sangatlah luas, tersedianya penambahan suara, video, dan konten online yang dimiliki cetak, dan dapat menyimpan arsip online dari zaman ke zaman.

Dalam upaya membuat peristiwa menjadi bermakna bagi khalayak, orientasi media bukan hanya pada peristiwa itu sendiri, melainkan juga kepada penerima berita/khalayak. Artinya, ketika membuat berita, wartawan memperhitungkan khalayak yang akan membaca berita tersebut. Ketika menulis berita tentang suatu peristiwa, wartawan bukan hanya mengkonstruksi bagaimana peristiwa harus dipahami. Ketika menulis berita, ia juga harus memperhitungkan khalayak yang akan membaca teks berita tersebut. Sehingga ketika berita dikonstruksi, bukan hanya peristiwa yang dijelaskan dalam ideologi tertentu, melainkan khalayak sebagai pembaca teks berita juga ditempatkan dalam ideologi tersebut (Eriyanto, 2002).

Jurnalisme online merupakan jenis jurnalisme tipe baru yang mempunyai prinsip dan karakteristik yang berbeda dengan jurnalisme konvensional. Perbedaan utama jurnalistik online dengan “jurnalistik tradisional” adalah kecepatan, kemudahan akses, bisa di-update dan dihapus kapan saja dan interaksi dengan pembaca atau pengguna (*user*). Adapun keuntungan yang didapat dari penggunaan jurnalisme online yang menjadi pembeda dengan *jurnalisme konvensional* yaitu Keluasan akses sumber informasi, hal ini dapat berupa tokoh, data, atau arsip berita. Kuantitas data yang dapat diakses, hal yang demikian mencakup jutaan informasi, cerita ataupun kontak sosial. Kecepatan akses, fungsi ini yang menjadi keunggulan media berbasis online, dimanapun kapanpun suatu

informasi akan lebih mudah untuk diakses karena sifatnya yang khas demikian. Penggunaan data yang lebih mudah, dari data yang sudah diperoleh maka penggunaan akan lebih mudah untuk dianalisis data. Kemampuan untuk jangkauan diskusi artinya bahwa munculnya Berbagai media online berbasis jaringan sosial (*social network*) lebih mudah aktifitas diskusi, grup dan sebagainya.

2.2.5 Struktur Penulisan Berita

Romli (2012) menyebutkan struktur penulisan berita terdiri dari empat unsur yaitu (1) *Headline* atau biasa disebut judul, berfungsi untuk menolong pembaca agar segera mengetahui peristiwa yang akan diberitakan, (2) *Deadline* berfungsi untuk menunjukkan tempat kejadian dan inisial media, (3) *Lead* Lazim disebut teras berita, berada pada paragraf pertama yang merupakan unsur dari sari pati sebuah berita, (4) *Body* atau tubuh berita yang berisi peristiwa yang dilaporkan dengan bahasa yang singkat, padat, dan jelas.

Romli (2012) unsur berita yang dikenal dengan rumus 5W + 1H dijabarkan (1) *What* (Apa) berarti apa yang terjadi atau akan terjadi, (2) *Who* (Siapa) berarti kepada siapa suatu peristiwa terjadi, (3) *Where* (dimana) menunjukan dimana peristiwa yang diberitakan terjadi, (4) *When* (kapan) Unsur *when* memberi informasi tentang kapan peristiwa tersebut terjadi. (5) *Why* (mengapa) memberikan keterangan tentang mengapa peristiwa tersebut terjadi. (6) *How* (bagaimana) menjelaskan bagaimana peristiwa yang diberitakan terjadi.

2.2.6 Akurasi

Kasus akurasi yang banyak muncul di media saat ini disebabkan antara lain

minimnya cek-ricik dan kelalaian (kesengajaan) pencantuman sumber berita. Kelalaian pencantuman sumber berita dapat mengakibatkan berita yang disajikan tidak dapat diverifikasi di lapangan. Namun demikian, tidak semua yang diungkapkan narasumber benar, meskipun ada *kredo: it is true that the source said this* (menjadi benar apabila ada rujukan siapa yang mengatakan) (Mencher, 2000).

Morissan (2010) mendefinisikan makna akurasi sebagai berikut:

Salah satu makna akurasi adalah adanya kesesuaian antara berita yang disampaikan dengan sumber-sumber informasi independen lainnya yang juga memiliki catatan terhadap peristiwa yang sama seperti dokumen, keterangan saksi mata, dan media lainnya. Makna akurasi lainnya bersifat lebih subjektif, yaitu adanya ketepatan antara berita yang disampaikan dengan persepsi sumber berita (p. 65).

Akurasi mengindikasikan perlunya verifikasi terhadap fakta/informasi. Seluruh informasi yang diperoleh harus diverifikasi sebelum disajikan. Dari sejumlah parameter yang digunakan untuk mengukur akurasi, persoalan verifikasi terhadap fakta dan akurasi penyajian menjadi masalah utama di sejumlah media. Verifikasi terhadap fakta menyangkut sejauh mana berita yang ditampilkan berkorespondensi dengan fakta yang benar-benar terjadi di lapangan (McQuail, 2011)

Mencher (2000) menyatakan akurasi berita dimaknai sebagai sebuah berita yang telah melewati proses verifikasi terhadap fakta yang ada di lapangan.

a. Verifikasi Fakta

Verifikasi terhadap fakta menyangkut sejauh mana berita yang ditampilkan berkorespondensi dengan fakta yang benar-benar terjadi di lapangan. Faktual merupakan nilai dasar bagi sebuah berita. Wartawan sendiri tidak punya kontrol atas fakta yang muncul dari sebuah realita. Dalam sebuah berita, fakta harus disampaikan secara detail tidak setengah-setengah untuk memperjelaskan sebuah peristiwa. Dan tidak memasukan opini dari wartawan sendiri. Verifikasi terhadap fakta menurut McQuail (2011) menyangkut sejauh mana berita yang ditampilkan berkorespondensi dengan fakta yang benar-benar terjadi di lapangan.

b. Keberadaan Saksi Mata

Keterangan saksi mata merupakan salah satu bagian dari berita yang kehadirannya dapat menambah nilai akurasi dari berita itu sendiri. Saksi mata merupakan informan wartawan di lapangan, sebagai bukti bahwa peristiwa yang diberitakan benar-benar terjadi. Saksi mata merupakan sumber berita yang kredibel dalam sebuah berita. Oleh karena itu, keterangan saksi mata adalah sumber data wartawan yang sangat dapat diandalkan. Keberadaan keterangan saksi mata dipercaya akan meningkatkan kepercayaan khalayak terhadap berita yang disampaikan. Dengan adanya saksi mata, sebuah berita pun semakin bernilai.

Mencher (2000) menyebutkan “enam kesalahan akurasi dalam berita”, sebagai (1) *Omission*: kelalaian tidak mencantumkan sumber berita, (2) *Under/Over Emphasis*: kurang atau berlebihan dalam memberikan penekanan

pada suatu kalimat, (3) *Misspelling*: kesalahan dalam pengejaan, (4) *Faulty Headline*: ketidakcocokan antara judul dan isi berita, (5) *Misquotes, incorrect age, name, date, and locations*: kesalahan dalam mengutip, penulisan umur, nama, tanggal, dan lokasi atau nama tempat, (6) Kesalahan dalam menampilkan atribusi narasumber: ketidakcocokan kredibilitas narasumber dalam membicarakan topik permasalahan di suatu berita.

Terkait kelalaian pencantuman sumber berita dapat mengakibatkan berita yang disajikan tidak dapat diverifikasi di lapangan. Secara mendasar akurasi mengindikasikan perlunya verifikasi terhadap fakta/informasi. Seluruh informasi yang diperoleh harus diverifikasi sebelum disajikan. Dari sejumlah parameter yang digunakan untuk mengukur akurasi, persoalan verifikasi terhadap fakta dan akurasi penyajian menjadi masalah utama di sejumlah media. Verifikasi terhadap fakta menyangkut sejauh mana berita yang ditampilkan berkorespondensi dengan fakta yang benar-benar terjadi di lapangan (McQuail, 2011).

Menyangkut akurasi penyajian, beberapa media memiliki kelemahan umum dalam hal teknik penulisan berita, termasuk di sini kesesuaian judul dengan isi berita, ejaan kata maupun tanda baca (Mencher, 2000). Untuk itu, wartawan yang kemudian dilanjutkan oleh editor, perlu melakukan cek dan cek lagi, koreksi kesalahan tulis, dan meningkatkan kecermatan dalam penggunaan bahasa. Sekali lagi, indikator akurasi yang pokok adalah sumber berita yang jelas dan adanya data-data yang mendukung

Terkait akurasi sumber informasi, repoter harus mengidentifikasi ulang sumber-sumber informasi sebelum menyajikan berita. Idealnya penyebutkan

sumber harus menyebutkan nama, bukan anonim (tanpa nama). Menurut Mencher (2000), ada 4 tipe atribusi (penyebutan sandangan nama) (1) *on the records*: seluruh statement dan atribusi dapat dikutip, (2) *on background*: seluruh statement dapat dikutip tapi tidak untuk atribusi, (3) *on deep background*: apapun yang dikatakan oleh sumber tidak dapat dikutip langsung, (4) *off the record*: informasi hanya untuk pengetahuan reporter saja dan tidak dapat disebarluaskan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kualitas yang menentukan tingkat kredibilitas pemberitaan salah satunya adalah *accuracy* (akurasi). Akurasi adalah tepat, benar dan tidak terdapat kesalahan. Akurasi sangat berpengaruh pada penilaian kredibilitas media maupun jurnalis yang menulis berita tersebut. Akurasi berarti ketepatan bukan hanya pada detail spesifik tetapi juga kesan umum, cara detail disajikan dan cara penekannya. Kebenaran/akurasi dari suatu berita adalah untuk menjamin kepercayaan pembaca. Hal yang menjadi dasar akurasi berita adalah tanggung jawab sosial.

Kebebasan pers memiliki tanggung jawab kepada masyarakat, kebebasan pers harus disertai kewajiban-kewajiban, dan pers mempunyai kewajiban untuk bertanggung jawab kepada masyarakat untuk melaksanakan tugas pokok komunikasi massa. Kebebasan pers masih dipertahankan dengan penambahan tugas dan beban, kebebasan pers harus disertai kewajiban bertanggung jawab.

Dengan adanya pemenuhan tanggung jawab sosial maka kredibilitas berita perlu dipenuhi, salah satunya adalah akurasi. Kesalahan dalam akurasi dalam pemberitaan terdiri dari enam kategori yaitu *Omission* yang berarti kelalaian tidak mencantumkan sumber berita. *Under/Over Emphasis* adalah kurang atau

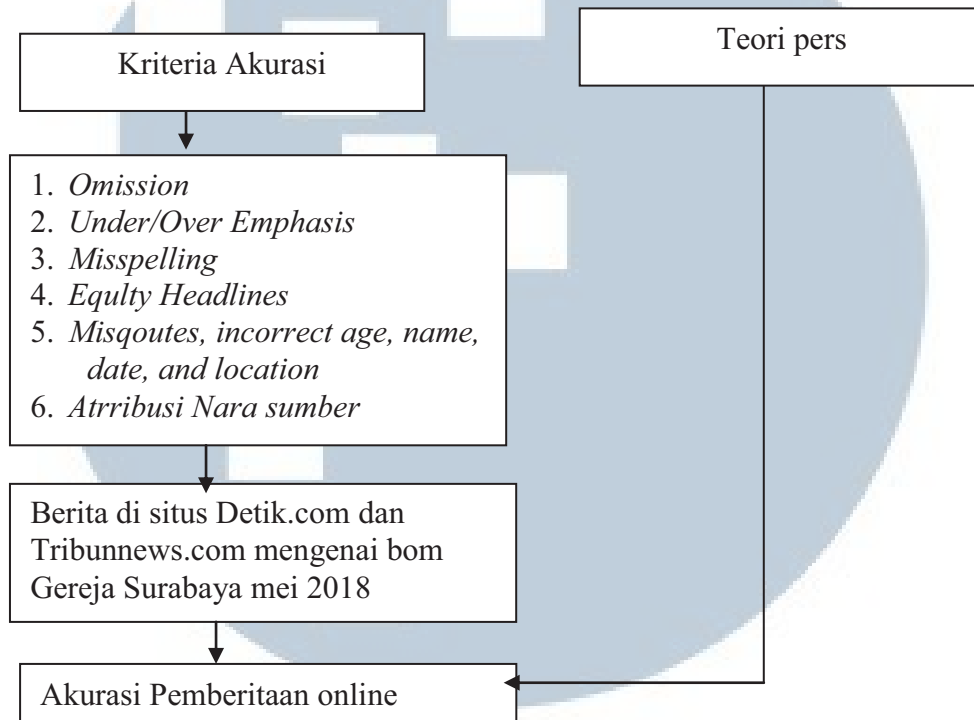
berlebihan dalam memberikan penekanan pada suatu kalimat. *Misspelling* adalah kesalahan dalam pengejaan. *Faulty Headline* artinya ketidakcocokan antara judul dan isi berita. *Misquotes, incorrect age, name, date, and locations* yaitu kesalahan dalam mengutip, penulisan umur, nama, tanggal, dan lokasi atau nama tempat dan Kesalahan dalam menampilkan atribusi narasumber: ketidakcocokan kredibilitas.

Akurasi menjadi sangat penting bagi pemberitaan online khususnya pada pemberitaan media *online*. Salah satu pemberitaan yang menjadi sorotan di masyarakat adalah bom Gereja Surabaya yang terjadi pada tanggal 13 Mei 2018. Penyampaian berita tersebut harus akurat dikarenakan kejadian yang menyita perhatian masyarakat sehingga dalam penyampaiannya perlu memperhatikan tingkat keakurasian, apabila tidak akurat maka akan memiliki dampak negatif. Dampak ketidak akurasian pada berita secara individu akan menghancurkan nilai positif individu, sedangkan dampak keakurasian berita pada kalangan masyarakat akan menimbulkan opini-opini baru dikalangan masyarakat sehingga menyebabkan hilangnya rasa kesetiakawanan sosial, pecahnya persatuan, gangguan terhadap keamanan, ketentraman dan ketertiban.

Penjabaran dari kerangka pemikiran yang telah diuraikan dapat dijelaskan pada bagan berikut

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Gambar 2.1
Kerangka pemikiran



Sumber : Mencher, 2000

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA