



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

Penelitian terdahulu pertama berasal dari University Avenue, Madison, Wisconsin, USA yang ditulis oleh D. Jasun Carr, Matthew Barnidge, Byung Gu Lee, dan Stephanie Jean Tsang (2014) berjudul *Cynics and Skeptics: Evaluating the Credibility of Mainstream and Citizen Journalism*. Pada penelitian ini menguji pengaruh kecenderungan individu terhadap media dan politik mengenai kredibilitas media arus utama dan jurnalis warga. Pengaruh jurnalisme warga terhadap masyarakat mendorong praktik menghasilkan berita dan mengawasi penyebaran informasi saat kepercayaan pada media arus utama sudah menurun. Krisis kredibilitas media arus utama mendorong jurnalisme warga sebagai solusi. Beberapa orang menganggap jurnalis warga dapat membangun kembali kepercayaan masyarakat. Sedangkan, kritikus berpendapat bahwa jurnalis warga tidak memenuhi standar jurnalistik (Carr, Barnidge, Lee, & Tsang, 2014, p. 453).

Penelitian ini menggunakan metode eksperimental apakah sikap terhadap jurnalisme dan politik sebelumnya mempengaruhi persepsi kredibilitas jurnalisme warga. Eksperimen yang digunakan berbasis *web*.

Sampel penelitian ini merupakan orang dewasa di Amerika Serikat. Pengumpulan data dilakukan selama seminggu pada April 2012. Dalam eksperimen penelitian ini terdapat 3 aspek produksi yang dimanipulasi dalam eksperimen penelitian ini yaitu gaya penyampaian, kualitas produksi, dan mekanisme.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap skeptis media dan sinisme politik saling berkaitan. Orang yang skeptis dan sinis menganggap jurnalisme warga lebih kredibel, sedangkan orang yang tidak skeptis dan sinis menganggap media arus utama lebih kredibel. Keterbatasan penelitian ini hanya meneliti dalam lingkup Amerika Serikat, sehingga tidak dapat digeneralisasikan.

Penelitian terdahulu dan penelitian baru ini memiliki relevansi menggunakan konsep skeptisisme dan kredibilitas media. Namun, penelitian terdahulu merupakan penelitian komparatif antara media arus utama dan *citizen journalism*, sedangkan penelitian baru ini hanya meneliti *citizen journalism* dan tidak bermaksud untuk membandingkan seperti penelitian terdahulu ini. Kemudian, permasalahan di Amerika sedang krisis kepercayaan pada media arus utama, sedangkan masalah penelitian saat ini terjadi penurunan kepercayaan pada media sosial karena beredarnya berita hoaks.

Penelitian terdahulu kedua berasal dari penelitian Yarif Tsfati (2010) berjudul *Online News Exposure and Trust in The Mainstream*

Media: Exploring Possible Associations. Penelitian ini diawali berdasarkan premis bahwa jurnalisme *online* memberikan beberapa fitur bagi pembaca sebagai alternatif dari media konvensional. Artikel ini meneliti hubungan antara ketidakpercayaan pada media arus utama dan konsumsi berita *online*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode *telephone survey* dan *online survey*. Dalam mengukur ketidakpercayaan khalayak pada media *mainstream*, penelitian ini menggunakan lima indikator kredibilitas berita yang berasal dari Gaziano dan McGrath (1986). Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa hubungan antara ketidakpercayaan terhadap media arus utama dan terpaan berita *online* adalah negatif.

Relevansi penelitian terdahulu dengan penelitian baru ini, keduanya menggunakan skala kredibilitas untuk mengukur ketidakpercayaan khalayak pada media pemberitaan. Perbedaannya, penelitian terdahulu menggunakan skala kredibilitas berita media arus utama dari Gaziano dan McGrath (1986), sedangkan penelitian baru ini menggunakan skala kredibilitas yang sesuai dengan subjek penelitian yaitu *citizen journalist*. Sehingga, skala kredibilitas yang digunakan berasal dari Kang (2010) terkait kredibilitas media sosial blog.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	D. Jasun Carr, Matthew Barnidge, Byung Gu Lee, dan Stephanie Jean Tsang	Yariv Tsfati dan Joseph N. Cappella	Maria Novena Wardani
1.	Judul penelitian	<i>Cynics and Sceptics: Evaluating the Credibility of Mainstream and Citizen Journalism</i>	<i>Online News Exposure and Trust in the Mainstream Media: Exploring Possible Associations</i>	Faktor-Faktor Penentu Sikap Skeptisisme Khalayak Terhadap Karya Jurnalis

				Warga di Media Sosial: Survei Deskriptif Pada Generasi Milenial di DKI Jakarta
2.	Tahun	2014	2010	2019
3.	Asal universitas	University Avenue, Madison, Wisconsin, USA	University of Haifa, Mt. Carmel, Haifa	Universitas Multimedia Nusantara
4.	Tujuan penelitian	Menguji pengaruh kecenderungan individu terhadap media dan politik mengenai kredibilitas media arus utama dan jurnalis warga	Penelitian ini menguji hubungan antara ketidakpercayaan terhadap berita arus utama dan paparan terhadap berita <i>online</i>	Penelitian baru ini ingin mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan sikap skeptis khalayak pada hasil liputan <i>citizen journalist</i> di media sosial
6.	Teori dan konsep penelitian	<i>Citizen Journalism</i> <i>Media Credibility</i> <i>Media Skepticism</i> <i>Political Cynicism.</i>	- <i>News Exposure and Mistrust of the Media</i> - <i>Online News as Alternative News</i> - <i>Skepticism media</i> - <i>Selective exposure</i>	- <i>New Media</i> - <i>Citizen Journalism</i> - Skeptisisme media - <i>Media Credibility</i>
7.	Metode penelitian	Kuantitatif (Eksperimen <i>survey</i> berbasis <i>web</i>)	Kuantitatif (<i>telephone survey</i> dan <i>online survey</i>)	Kuantitatif (Survei)
8.	Hasil penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya keterkaitan antara sikap skeptisisme media dan sinisme politik. Efek dari perbedaan sumber berita dalam segi kredibilitas informasi bergantung pada sikap yang sudah ada sebelumnya terhadap media dan politik. Responden yang sinis dan skeptis menganggap jurnalisme warga lebih kredibel daripada media arus utama.	Hubungan antara skeptisisme dan terpaan berita <i>online</i> hasilnya negatif. Efek skeptisisme pada terpaan media tergantung pada situs yang dikonsumsi. Efek skeptisisme pada paparan umum terkait dengan pengalaman responden dalam studi 2 jumlah situs yang dikonsumsi berhubungan positif dengan skeptisisme media bagi pengguna yang relatif tidak berpengalaman, asosiasi jadi negatif karena responden lebih berpengalaman. Temuan menambah perkembangan literatur Tsftati (2003) tentang konsekuensi ketidakpercayaan khalayak terhadap media arus utama. Hasil temuan menyoroti faktor-faktor kepercayaan audiens pada berita <i>online</i> . Salah satu interpretasi hasil penelitian ini adalah kepercayaan pada media arus utama mengarah pada terpaan media <i>mainstream</i> dan ketidakpercayaan mengarahkan khalayak untuk	

			<p>menggunakan internet untuk konsumsi berita alternatif. Orang yang mengonsumsi berita <i>online</i> lebih skeptis pada media <i>mainstream</i> karena sumber <i>nonmainstream</i> menyajikan lebih beragam daripada media arus utama.</p>	
--	--	--	---	--

Sumber: Kajian penulis, 2019

2.2 Teori dan Konsep

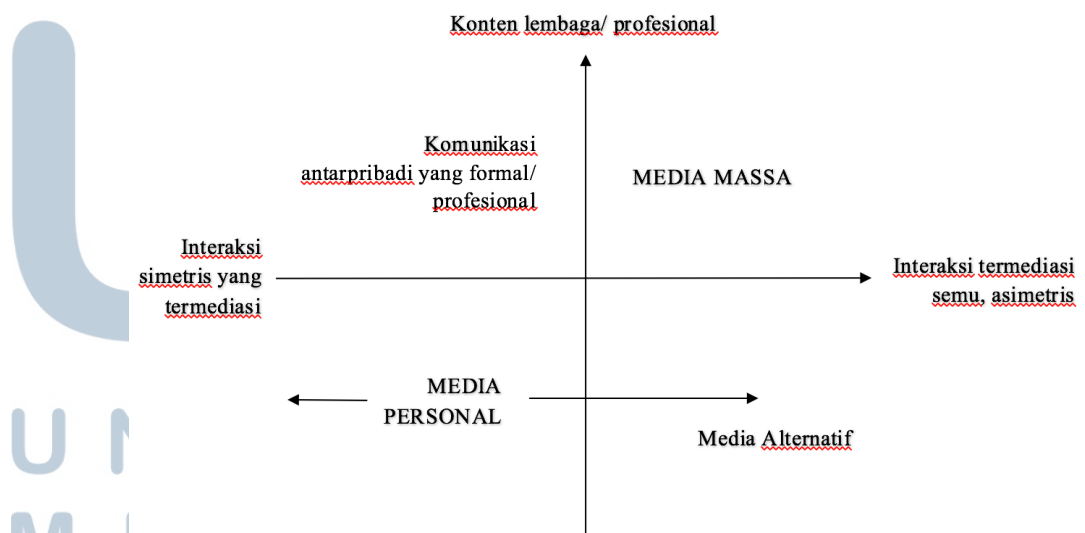
2.2.1 New Media

Di era digitalisasi, media baru berperan penting dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Media televisi pun banyak menggabungkan media tradisional dengan media baru untuk menjalankan proses produksinya dalam menyampaikan pesan kepada audiens (Vebrynda, Maryani, & Abdullah, 2017, p. 54). Media baru dapat didefinisikan beberapa *platform* teknologi komunikasi dan informasi yang menyebarkan ciri serupa, selain memiliki unsur kebaruan, adanya unsur digitalisasi dan ketersediaan secara luas untuk digunakan sebagai alat komunikasi. Media baru memiliki keberagaman dan tidak mudah didefinisikan, tetapi penerapannya sudah memasuki ranah komunikasi massa yang berdampak pada media massa tradisional (McQuail, 2011, p. 148).

Menurut McQuail (2011, p. 148) lahirnya media baru membuat kita mengenal berita daring, aplikasi yang digunakan untuk mengunduh (musik, video, foto, dan lainnya), *WWW* (*World Wide*

Web), forum diskusi *online*, mempermudah pencarian informasi, dan media yang digunakan untuk berinteraksi antarpribadi seperti media sosial. Adanya media baru menghubungkan media personal dengan media massa. Lüders (dalam McQuail, 2011, p. 149) menyatakan perbedaan komunikasi massa dan personal tidak ada kejelasan pasti karena keduanya dapat menggunakan teknologi yang sama untuk berkomunikasi, menyebarkan, dan memperoleh informasi. Perbedaannya dapat digambarkan dari dimensi sosial, yakni keperluan pengguna dan hubungan sosialnya. Istilah bentuk media dipilih karena merujuk pada media yang terhubung jaringan internet, seperti media daring, media sosial, dan lainnya.

Gambar 2. 1 Dua aksi model hubungan antar media massa dan media personal (Lüders, 2008)



Sumber: McQuail D., 2011

Lüders (dalam McQuail, 2011, p. 149) menyatakan istilah bentuk media yang merujuk pada *platform* yang dapat diakses melalui jaringan internet, seperti media daring, media sosial, dan lainnya. Perbedaan dari media massa dan media personal terlihat dari kebutuhan penggunanya. Melalui gambar tersebut, media personal dapat dikatakan lebih simetris yang menunjukkan pengguna berperan aktif sebagai penerima atau penyebar informasi.

Menurut McQuail (2011, p. 152) secara umum, perbedaan media baru dan media tradisional terlihat dari peranan dan hubungan dalam media tradisional, terutama hal yang berkaitan dengan penampilan, publikasi, produksi, distribusi, dan penerimaan. Media baru memberikan kebebasan pengguna selain menjadi penerima pesan, dapat juga berperan sebagai penyedia informasi.

Media baru memiliki dampak bagi pengarang, penerbit, dan khalayak. Bagi pengarang, kegiatan yang dapat dikaitkan dengan publikasi adalah *blogging*. Pengguna internet diberikan kebebasan untuk mempublikasikan hasil karyanya. Meskipun untuk dikenal khalayak secara luas memerlukan bantuan media massa untuk mempromosikannya. Namun, media baru membuka gerbang baru untuk bersuara. Bagi penerbit, media baru membuka publikasi secara alternatif yang memberikan peluang bagi penerbit untuk memproduksi berita. Mereka dapat menjadi *gatekeeping* intervensi editorial dan karya pengarang yang dipublikasikan di internet. Bagi

khalayak, ini merupakan perubahan besar yang memungkinkan mengubah istilah khalayak menjadi pengguna. Namun, mereka perlu mempelajari berbagai jenis pilihan aktivitas serta mengintegrasikan dan memaknai komunikasi lebih lanjut (McQuail, 2011, pp. 152-153).

Rice (dalam McQuail D, 2011, p. 153) menyatakan batasan antara penerbit, produsen, distributor, konsumen, dan pengamat konten semakin tidak jelas. Hal ini menimbulkan keraguan terhadap sebuah pemikiran dari institusi yang memiliki norma dalam praktiknya. Misalnya, jurnalisme yang berkaitan dengan konten, profesi, dan praktiknya. Jika tidak ada identitas lembaga, maka sulit dipercaya. Berikut ini perubahan utama yang muncul akibat media baru:

1. Aspek media mengalami digitalisasi dan konvergensi
2. Meningkatnya interaktifitas dan konektivitas jaringan
3. Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima
4. Mempelajari kembali peranan publikasi dan khalayak
5. *Gateway* media semakin beragam bentuk baru
6. Pemisahan dari lembaga media (McQuail D., 2011, p.153)

Munculnya tanda-tanda berikut menandai media baru sebagai media yang berperan dalam perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Salah satu contohnya, khalayak tidak lagi disebut dengan istilah massa, tetapi sudah sebagai pengguna. Jika dikaitkan dengan kegiatan jurnalistik, mereka dapat menggunakan *platform* yang

terhubung jaringan internet untuk mempublikasikan hasil liputan seperti yang dilakukan jurnalis media *mainstream*. Khalayak tidak hanya menerima tetapi dapat membuat konten dan mempublikasikannya. Akses yang tersedia lebih besar bagi khalayak sebagai pengguna, penerima, audiens, dan partisipan dalam pertukaran informasi (McQuail, 2011, p. 154).

Menurut McQuail (2011, p.156) dalam lima kategori utama media baru yang memiliki kesamaan saluran tertentu dan dibedakan berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan konteks. Khalayak yang berpartisipasi aktif dalam menyebarkan informasi dapat dikategorikan sebagai *collective participatory media*. Menurut Baym (dalam McQuail, 2011, p. 157) kategori ini menyatakan penggunaan internet dalam membagikan dan bertukar informasi, gagasan, pengalaman, dan mengembangkan hubungan pribadi. Media sosial juga termasuk dalam kategori ini. Penggunaannya terdiri dari yang murni menggunakan peralatan sampai afektif.

Pada kenyataannya, media partisipan saat ini mempengaruhi perubahan sosial dalam bermasyarakat karena berperan penting, fleksibel, dan kaya akan informasi. Media baru dinilai melampaui batasan ruang dan waktu. Media baru yang dapat secara mudah terhubung jaringan internet dapat diakses tanpa batasan ruang (McQuail, 2011, p. 155).

Setiap orang dapat memanfaatkan teknologi internet untuk mengirimkan informasi kepada siapa pun, tanpa batasan waktu dan hambatan lokasi. Ini merupakan bentuk partisipasi warga dan menjadikan jejaring sosial sebagai media alternatif sebagai penyedia informasi. Hadirnya media baru membuat warga mengetahui isu-isu di masyarakat, sehingga dapat menghasilkan berita lebih beragam (Yuniar, 2018, p. 759).

2.2.2 Skeptisisme Media

Sebelum membahas mengenai konsep skeptisisme media, terlebih dahulu membahas mengenai kepercayaan. Konsep kepercayaan seringkali digunakan dalam penelitian ilmu sosial untuk menggambarkan hubungan antara *trustor* sebagai pihak yang menempatkan kepercayaan dan *trustee* pihak yang dipercaya. Kepercayaan digunakan untuk menggambarkan hubungan dan pengaruh dari waktu ke waktu (Tsfati, 2003, p. 67). Menurut Rotter (dalam Tsfati & Capella, 2003, p. 505) kepercayaan dapat didefinisikan sebagai harapan yang diinginkan individu atau kelompok tertentu bahwa kata-kata, janji, pernyataan lisan atau tertulis dari seseorang harus dapat diandalkan. Peran kepercayaan sangat penting dalam interaksi sosial. Aspek kepercayaan ini sering digunakan dalam penelitian ilmu sosial, namun riset mengenai ketidakpercayaan media belum banyak yang meneliti.

Menurut Coleman (dalam Tsfati & Capella, 2003, p. 505) kepercayaan dapat dikatakan berasal dari ekspektasi yang diarahkan pada tujuan memperoleh keuntungan oleh seseorang yang dipercaya, daripada mendapat kerugian bagi orang yang memiliki kepercayaan. Ketidakpastian dalam situasi tersebut, kredibilitas menjadi landasan utama dalam kepercayaan. Konsep kepercayaan ini dapat dikatakan sebagai kunci untuk mengerti berbagai perilaku manusia (Tsfati & Capella, 2003, p. 505).

Kepercayaan media berkaitan dengan harapan khalayak untuk mendapatkan manfaat dari kinerja jurnalis. Menurut Fukuyama (dalam Tsfati & Capella, 2003, p. 506) beberapa orang mendefinisikan kepercayaan sebagai ekspektasi dari kejujuran dan tindakan kooperatif yang berlandaskan pada norma yang mencakup standar profesionalisme. Liebes (dalam Tsfati & Capella, 2003, p. 506) menyatakan khalayak memegang kepercayaan bahwa jurnalis melakukan praktik jurnalistik berdasarkan profesionalitas.

Skeptisisme media dapat dikatakan sebagai perasaan subjektif yang mengarah pada ketidakpercayaan terhadap media arus utama dan profesionalisme praktik jurnalistik (Tsfati & Capella, 2003, p. 506). Setiap individu memiliki alasan tersendiri yang membuatnya meragukan suatu media.

Ketika membaca, menonton, dan mendengarkan berita, terkadang timbul pertanyaan yang mengarah pada kebenaran berita

yang disampaikan oleh media. Pertanyaan tersebut berasal dari perasaan yang meragukan atau tidak meyakini informasi yang disampaikan media tersebut. Skeptisisme media dapat dikatakan persepsi yang menganggap jurnalis tidak adil dan objektif dalam mempublikasikan hasil liputannya, mereka tidak memberitakan informasi secara keseluruhan, jurnalis tidak mengutamakan keakuratan, dan jurnalis dianggap mementingkan kepentingan pribadi atau komersial (Tsfati, 2003, p. 67).

Secara mendasar, skeptisisme media dapat dilihat dari sejauh mana individu merasa ragu atau tidak percaya pada kenyataan yang disajikan dalam media pemberitaan. Setiap individu dapat menerima, mengabaikan, atau tidak mempercayai fakta, nilai, dan gambaran realitas media (Cozzens & Contractor, 1987, p. 438). Contohnya, seseorang menganggap bahwa pemberitaan tidak kredibel tidak bisa diandalkan, media memberi batasan kepada khalayak, persepsi bahwa jurnalis tidak menjalankan praktik sesuai standar profesional, media tidak objektif dan tidak adil memberitakan, dan tidak memberitakan keseluruhan fakta yang terjadi di lapangan (Tsfati, 2010, p. 23).

Skeptisisme media dapat ditunjukkan dari penilaian audiens terhadap keadilan dan objektivitas terutama praktik jurnalisisme dalam media arus utama (Tsfati & Capella, 2003, p. 506). Pada penelitian Tsfati (2010), untuk mengetahui skeptisisme, responden diberikan serangkaian pertanyaan terkait *News Credibility Scale* Gaziano dan

McGrath (1986). Skala kredibilitas berita tersebut meliputi, *fair, accurate, unbiased, tell the whole story, dan can be trusted*. Namun, skala kredibilitas berita tersebut digunakan untuk mengukur surat kabar dan televisi. Situasi yang diteliti pada penelitian ini yaitu ketika penurunan tingkat kepercayaan masyarakat pada media sosial. Sehingga bukan skala kredibilitas media arus utama yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur skeptisisme khalayak pada informasi dari jurnalis warga. Skala kredibilitas yang relevan dengan situasi penelitian ini yaitu skala kredibilitas media sosial.

2.2.3 Media Credibility

Hal yang menjadi pertimbangan bagi khalayak selain isi dan sumber informasi, yaitu bagaimana informasi disampaikan. Kredibilitas dapat dijadikan sebagai penilaian kepercayaan. Kepercayaan dapat terbentuk karena beberapa faktor seperti sumber informasi, konten, dan media yang menyampaikannya (Carr, Barnidge, Lee, & Tsang, 2014, p. 454).

Kiousis (dalam Tsfati, 2010, p. 26) menyatakan bahwa persepsi kredibilitas dapat dikaitkan dengan penggunaan media pada tiga sumber yang berbeda, yaitu televisi, media cetak, dan berita *online*. Menurut ELM, kredibilitas dapat dilihat berdasarkan tiga dimensi yaitu, medium, pesan, dan kredibilitas sumber. Kredibilitas medium mengacu pada persepsi kredibilitas media yang digunakan setiap individu. Kredibilitas pesan mengacu pada pesan yang

disampaikan, seperti kualitas informasi, akurasi, atau *currency*. Kredibilitas sumber mengacu pada keahlian atau kepercayaan sumber yang memberikan informasi kredibel. Penilaian kredibilitas sumber diperoleh dari cara seseorang menyampaikan informasi (Li & Suh, 2015, p. 316).

Media sosial sering diragukan sebagai media komunikasi, karena tidak ada kejelasan atau mengesahkan *gatekeeping* untuk konten dan penyebaran informasinya. Pengguna internet pun mempertimbangkan kredibilitas media sosial karena dikelola oleh individu dan tidak ada campur tangan dari media *mainstream* (Kang, 2010, pp. 7-8).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, skeptisisme media mengarah pada media arus utama. Skala kredibilitas yang digunakan lebih berfokus pada media *mainstream*. Sedangkan penelitian ini, meneliti skeptisisme audiens terhadap informasi dari jurnalisme warga di jejaring sosial. Penggunaan skala kredibilitas media sosial Blog menurut Kang (2010) yang diterapkan pada jurnalis warga dalam penelitian ini dikarenakan *blogger* merupakan salah satu jenis *citizen journalism* dalam *The 11 Layers of Citizen Journalism* yang disebut *the citizen bloghouse*. Menurut Nugraha (2012, p. 29) orang yang memiliki Blog dapat membagikan informasi lewat Blog pribadinya sesuai dengan konten yang diminatinya. Sehingga, peneliti menggunakan skala kredibilitas media sosial Blog yang berasal dari

penelitian Kang (2010) untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan khalayak dalam bersikap skeptis pada karya jurnalis warga.

Pada penelitian Kang (2010), kredibilitas Blog diukur berdasarkan *blog source credibility* dan *blog message or content credibility*. Berdasarkan hasil *Focus Group Discussion*, para partisipan membuat penilaian kredibilitas media sosial khususnya Blog berdasarkan sumber dan konten. Hasil diskusi kelompok tersebut, menemukan 5 indikator pada dimensi *blog source credibility* dan 9 indikator pada *blog source credibility*. Penelitian ini akan menggunakan kedua dimensi tersebut untuk mengetahui faktor yang membentuk sikap skeptis khalayak pada karya jurnalis warga. Maka dari itu, peneliti mengganti subjeknya menjadi *citizen journalism source credibility* dan *citizen journalism message/ content credibility*.

Berikut penjelasan masing-masing dimensi beserta indikator-indikatornya:

1. *Citizen journalism source credibility*

Menurut Kang (2010, p. 8) beberapa penelitian sebelumnya yang mengukur kredibilitas media konvensional atau *online*, dan tidak berfokus pada perspektif pengguna media sosial. Penelitian sebelumnya tidak memahami bagaimana dan mengapa khalayak menemukan informasi dari Blog lebih terpercaya daripada media *mainstream*. Pengukuran kredibilitas media pada penelitian

sebelumnya pun mengarah pada sumber berita media *mainstream*. Hasil penelitian Kang (2010) mendapatkan indikator-indikator dalam dimensi *source credibility* berdasarkan hasil diskusi grup.

Berdasarkan *Focus Group Discussion* pada penelitian Kang (2010), partisipan yang mengenali *blog* menyatakan bahwa *blogger* yang kredibel lebih *passionate*, dapat diandalkan, dan transparan, daripada menunjukkan kredibilitas sumber dengan mencantumkan pendidikan dan latar belakang profesi. Bagi partisipan tertentu hal tersebut bisa dimanipulasi oleh penulisnya (Kang, 2010, pp. 11-12).

Partisipan lain berpendapat kredibilitas sumber bisa dilihat dari sejauh mana pengetahuan *blogger* dan memiliki pengaruh dalam bidang keahliannya, misalnya seseorang menulis tentang kuliner karena orang tersebut ahli dalam bidang itu. Pendapat partisipan lain, mereka tidak membaca Blog secara intens kecuali kalau penulisnya adalah orang yang dikenalnya atau orang yang memiliki keahlian pada suatu bidang yang diminatinya (Kang, 2010, p. 12)

Hasil diskusi grup tersebut menghasilkan 5 indikator dari dimensi kredibilitas sumber. Peneliti menggunakan kredibilitas *blogger* tersebut sebagai kredibilitas *citizen journalist* untuk mencari faktor-faktor skeptisisme khalayak. Kelima indikator dalam dimensi ini adalah *knowledgeable* (sejauh mana pengetahuan jurnalis warga pada topik yang dibahas dan latar belakangnya), *influential* (jurnalis warga merupakan orang yang dikenal publik dan berpengaruh),

passionate (jurnalis warga memiliki minat/ kemampuan untuk meliput suatu peristiwa), *transparent* (jurnalis warga dikelola secara pribadi sehingga lebih transparan, tidak dipengaruhi kepentingan komersial), dan *reliable* (jurnalis warga dapat diandalkan atau dipercaya yang dapat dilihat dari rekam jejaknya).

2. *Citizen journalism message/ content credibility*

Dimensi kedua mengenai kredibilitas berfokus pada konten atau informasi yang disampaikan sumber informasi. Berdasarkan *Focus Discussion* di penelitian Kang (2010), hasil diskusi partisipan menilai ada 9 indikator dalam dimensi kredibilitas konten yang meliputi, *authentic, insightful, informative, consistent, fair, focused, accurate, timely, dan popular*. Partisipan menganggap bahwa akurasi dan adil menyampaikan informasi adalah hal penting untuk menilai kredibilitas media sosial.

Banks (dalam Kang, 2010, p. 9) menyatakan kredibilitas konten berdasarkan *focused* (hasil liputan berfokus membahas isu secara mendalam), *authentic* (hasil liputan yang disajikan otentik atau asli), dan *insightful* (berisikan informasi mendalam dan kaya akan informasi), *timely* (frekuensi mengunggah konten).

Rowse (dalam Kang, 2010, p. 10) menyatakan konsistensi sebagai kunci kredibilitas konten. Mereka tidak bertentangan dengan konten yang disajikan dan mereka menyajikan konten secara teratur

dalam jangka waktu lama dengan konten yang disajikan mudah dimengerti serta berkualitas. Kemudian Banks dan Weil (dalam Kang, 2010, p. 10) menambahkan *timeliness*, contohnya frekuensi unggahan suatu isu.

Hasil diskusi grup pada penelitian Kang (2010, p. 12) menyatakan kredibilitas konten Blog ditentukan dari kekonsistenan, tepat waktu disajikan berdasarkan keaslian, menambah wawasan, akurasi, memberikan informasi, dan . Partisipan lain pun menganggap akurasi dan *fairness* masih dianggap penting untuk menilai kredibilitas konten.

Kredibilitas merupakan salah satu faktor untuk mengukur skeptisisme khalayak terhadap suatu media. Skeptisisme khalayak pada penelitian ini diukur menggunakan skala kredibilitas media sosial yang berasal dari penelitian Kang (2010). Skala kredibilitas tersebut terdapat dua dimensi yaitu *citizen journalism source credibility* dan *citizen journalism message/ content credibility*.

2.2.4 *Citizen Journalism*

Media baru membuka peluang bagi masyarakat untuk berekspresi di ruang publik secara bebas. Kemunculannya semakin menyebar luas saat munculnya Blog dan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. *Citizen journalist* merupakan warga biasa dan bukan wartawan profesional, namun mereka bisa

memanfaatkan peralatan teknologi informasi untuk menjadi saksi mata dari peristiwa yang terjadi di sekelilingnya. Kegiatan yang dilakukan jurnalis profesional dan jurnalis warga serupa seperti meliput, mengumpulkan fakta, menulis, dan menyebarkannya pada media *online* (Nugraha, 2012, pp. 18-19).

Menurut Nugraha (2012, pp.19-20) *citizen journalist* memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Warga biasa, bukan jurnalis profesional
2. Berkaitan dengan peristiwa atau fakta yang terjadi di lapangan
3. Mempunyai kepekaan terhadap peristiwa yang disaksikannya
4. Memiliki peralatan teknologi untuk meliput
5. Berdasarkan atas rasa keingintahuan yang tinggi terhadap suatu peristiwa
6. Mempunyai kemampuan menulis dan membagikan informasi kepada khalayak
7. Mempunyai Blog, media sosial pribadi, dan mengenal media *online*
8. Mempublikasikan hasil liputan pada ruang publik seperti Blog atau media sosial
9. Tidak mendapatkan imbalan atas hasil liputannya

Liputan jurnalisme warga biasanya merupakan peristiwa yang tidak dapat dijangkau oleh media arus utama sehingga warga yang menjadi saksi mata dari suatu peristiwa dapat melaporkannya (Carr, Barnidge, Lee, & Tsang, 2014, p. 454). Melalui peralatan teknologi dan kemampuan mencari fakta di lapangan, khalayak dapat menyebarkan informasi dalam bentuk video, foto, maupun tulisan melalui jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram.

Ada beberapa kelebihan yang dimiliki oleh *citizen journalism*. Pertama, pembaca dapat memberikan *feedback* secara langsung pada hasil liputan yang diunggah oleh jurnalis warga, baik di media sosial maupun Blog pribadi. Kedua, khalayak terlibat secara aktif sebagai kontributor berita, baik yang dikelola dalam situs berita maupun milik perseorangan. Sehingga, kehadiran *citizen journalism* dapat memberi keragaman informasi dari yang tidak bisa disajikan *mainstream* media untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Ketiga, *citizen journalism* lahir secara independen, tidak dibawah oleh korporat sehingga warga memiliki kebebasan. Keempat, relatif lebih cepat menyampaikan informasi yang baru saja terjadi. Kelima, jurnalisme warga tidak ada batasan mengunggah informasi dalam bentuk foto, video, dan tulisan selama tidak menyinggung hal-hal mengandung SARA. Selain itu, tidak dibatasi durasi dan *space* halaman seperti pada *mainstream* media. Keenam, *citizen*

journalism tidak memerlukan mekanisme *gatekeeping* sehingga tidak ada pengolahan berita seperti pada *newsroom* (Yustitia, 2010, p. 7).

Tidak hanya memiliki kelebihan, *citizen journalism* pun memiliki kekurangan seperti dikhawatirkan akurasi rendah karena disampaikan oleh warga biasa yang tidak memiliki latar belakang pendidikan jurnalistik. Kemudian, jurnalis warga tidak mencantumkan identitas lengkap atau terkadang mereka mengunggah hasil liputan pada akun yang tidak diberi nama asli pemilik. Lalu, tidak adanya mekanisme khusus membuat warga dibebaskan dalam mengunggah informasi yang tidak melalui proses penyuntingan khusus seperti sensor (Yustitia, 2010, p. 7).

Citizen journalism hadir untuk melengkapi kebutuhan khalayak terkait keberagaman informasi yang tidak bisa disajikan oleh media arus utama. Kehadirannya mendorong peristiwa-peristiwa yang tidak dapat dijangkau jurnalis profesional, kemudian dinaikkan menjadi topik pemberitaan. Nugraha (2012, p. 74) menyatakan *citizen journalism* tidak diharuskan mengikuti kinerja jurnalis profesional, meski sama-sama harus melakukan sesuai etika dasar. Liputan *citizen journalism* memiliki gaya penyampaian yang berbeda dari liputan jurnalis profesional.

Perspektif baru dalam *citizen journalism* mendapatkan bahwa perkembangannya yang mulai dikenal oleh organisasi media

secara global semenjak tsunami Aceh 2004, yang mana seorang warga merekam bencana tersebut secara *real*, kemudian ditayangkan pada media pemberitaan. Kejadian tersebut dianggap membuat istilah ini semakin populer dan dapat mengembangkan kemampuan warga dalam menangkap gambar atau video amatir untuk dipublikasikan pada akun pribadinya.

Di era digital, istilah *citizen journalism* sudah menjadi hal yang biasa. Semakin banyak orang yang memanfaatkan *smartphone* mereka. Istilah ini semakin populer karena efisiensi biaya yang murah, kemudahan dalam menggunakan perangkat digital, kepraktisan dan kecepatan membagikan hasil liputan ke jejaring sosial milik pribadi (Xin Zeng, 2019, p. 4).

Menurut Lasica (dalam Saka, 2018, p. 2) praktik jurnalisme warga sangat relevan dalam melakukan komentar mengenai berita yang disajikan, bisa mempublikasikan hal itu dalam jejaring sosial pribadinya, mereka bisa mengunggah foto dan video, mereka bisa membuka situs berita secara independen, mereka bisa membuka situs berita yang bisa diproduksi secara kolaboratif, mereka bisa menyebarkan berita, dan mengatur situs berita mereka sendiri.

Semua praktik tersebut dapat dikaitkan dalam tiga prinsip jurnalisme warga menurut Terry Flew, yaitu memiliki keterbukaan akses, kolektif, produksi kolaboratif, dan penyebaran konten, yang semuanya mengikuti perkembangan zaman (Saka, 2018, p. 2).

2.2.5 Generasi Milenial

Pertama kali, penelitian perbedaan generasi dikemukakan oleh Manheim pada 1952. Menurut Manheim, generasi diartikan sebagai konstruksi sosial yang di dalamnya ada kelompok orang dengan umur dan pengalaman historis yang sama. Teori mengenai perbedaan generasi ini dikenalkan Howe dan William Strauss pada 1991. Mereka membaginya berdasarkan kesamaan rentang kelahiran dan pengalaman historisnya (Budiati, et al., 2018, p. 13)

Dalam kajian Putra (2016, p. 125) terdapat beberapa pendapat terkait pengelompokan generasi yang di dalamnya terdapat generasi milenial.

Tabel 2. 2 Pengelompokan Generasi

Sumber	Label				
Tapscott (1998)	-	Baby Boom Generation (1946-1964)	Generation X (1965-1975)	Digital Generation (1976-2000)	
Howe & Strauss (2000)	Silent Generation (1925-1943)	Boom Generation (1943-1960)	13th Generation (1961-1981)	Millenial Generation (1982-2000)	-
Zemke et al (2000)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-1999)	-
Lancaster & Stillman (2002)	Traditionalist (1900-1945)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Generation Y (1981-1999)	-
Martin & Tulgan (2002)	Silent Generation (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation X (1965-1977)	Millenials (1978-2000)	-

Oblinger & Oblinger (2005)	Matures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Gen-Y/NetGen (1981-1995)	Post Millenials (1995-present)
----------------------------	-----------------	--------------------------	-----------------------------	--------------------------	--------------------------------

Sumber: (Putra, 2016, p. 125)

Berdasarkan tabel pengelompokan usia Tabel 2.2, terdapat 6 pendapat berbeda mengenai generasi milenial dari setiap ahli. Tapscott (1998) menyebutnya Digital Generation yang lahir pada 1976-2000. Howe & Strauss (2000) berpendapat Millennial Generation adalah orang yang lahir pada 1982-2000. Zemke et al (2000) menyebutnya sebagai Nexters, generasi yang lahir pada 1980-1999. Kemudian, Lancaster & Stillman (2002) menyebutnya sebagai Generation Y yaitu orang yang lahir pada 1981-1999. Martin & Tulgan (2002) menyebut Millenials yaitu orang yang lahir pada 1978-2000. Lalu, Oblinger & Oblinger (2005) menyebut Gen-Y/NetGen yaitu orang yang lahir pada 1981-1995.

Boston Consulting Group (BCG) bersama *University of Berkley* pada 2011 di Amerika Serikat, generasi milenial USA memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Minat baca secara konvensional sudah menurun dikarenakan generasi ini lebih tertarik membaca lewat gawai.
2. Milenial mempunyai akun media sosial sebagai alat komunikasi dan untuk mendapatkan informasi.

3. Kini milenial lebih sering menggunakan gawai daripada menonton televisi. Hiburan yang mereka dapat bukan lagi berasal dari televisi karena mereka bisa mendapatkan hiburan dari gawai mereka.
4. Milenial menjadikan keluarga sebagai pertimbangan dan untuk mengambil sebuah keputusan (Budiati, et al., 2018, p. 19).

Di Indonesia sendiri, berdasarkan Proyeksi Penduduk Indonesia dari BPS (Badan Pusat Statistik), orang yang berusia 20-34 tahun dikategorikan sebagai generasi milenial. BPS memproyeksikan pada 2018, jumlah penduduk di Indonesia sebanyak 256 juta jiwa. Sedangkan pada 2019 proyeksinya sebesar 23,77 % dari populasi Indonesia 268 juta jiwa. Generasi ini diprediksi akan menambah 23,95% dari total populasi Indonesia 2018 (Garnesia, 2018, para. 5-6).

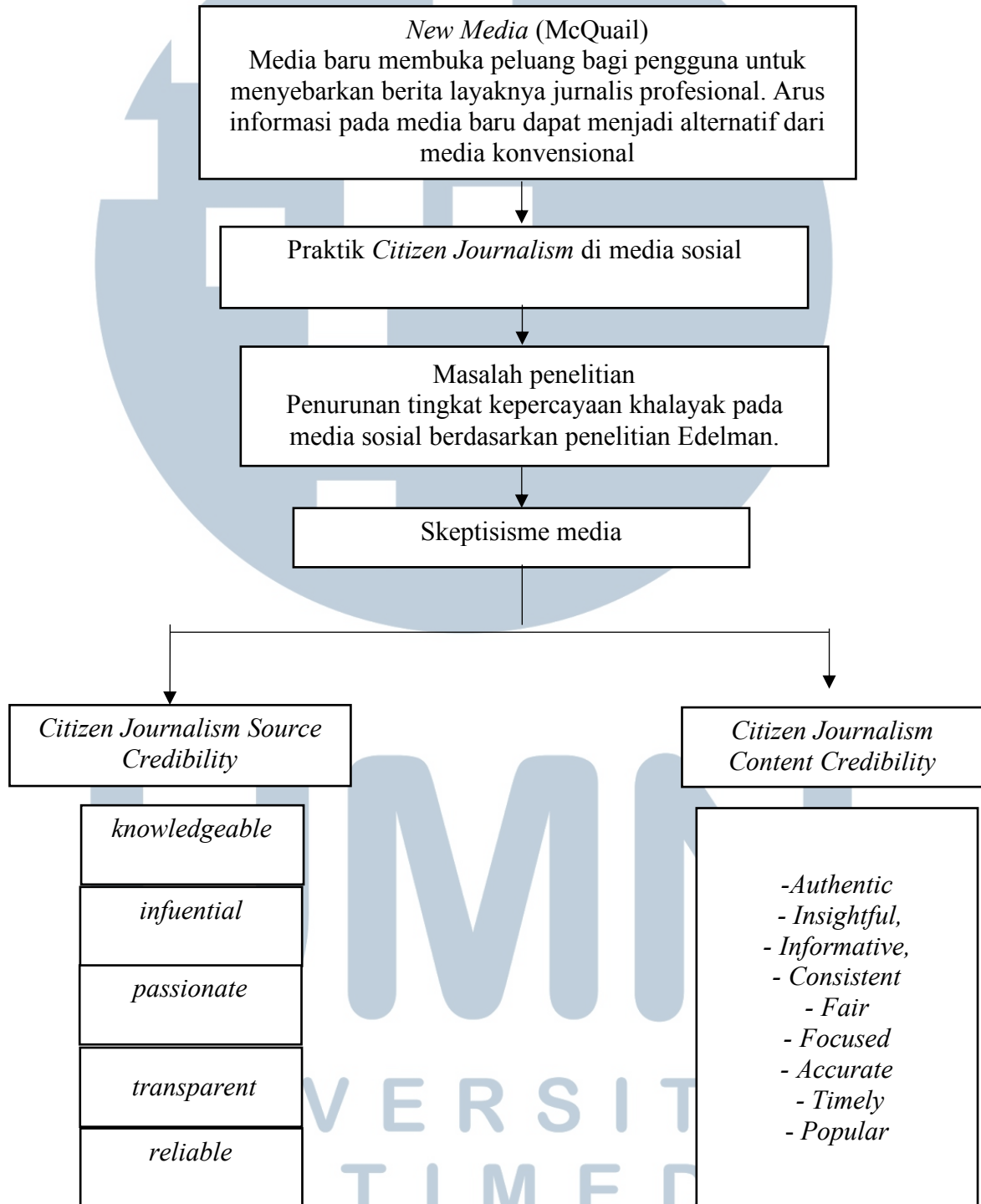
Penelitian ini, menggunakan generasi milenial sebagai populasi penelitian. Generasi milenial yang digunakan dalam penelitian ini yaitu generasi milenial dari usia 20-34 tahun yang merupakan penduduk DKI Jakarta. Penggunaan generasi milenial sebagai populasi penelitian ini dikarenakan generasi milenial dianggap aktif menggunakan gawai yang terhubung dengan jaringan internet. Selain untuk hiburan, mereka juga berkomunikasi dan mencari informasi menggunakan gawai.

2.3 Alur Penelitian

Berdasarkan konsep media baru dijelaskan bahwa khalayak tidak lagi dikenal dengan istilah massa, tetapi sekaligus menjadi pengguna. Hal tersebut menandakan bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menghasilkan media-media baru yang melahirkan *platform-platform* baru sebagai media alternatif bagi khalayak dalam pencarian informasi. Media baru pun menciptakan istilah baru yang semula audiens hanya dapat mengamati, sekarang audiens berperan juga sebagai pembuat konten atau penyebar informasi. Hal ini yang membuat jurnalisme warga berkembang tidak hanya pada Blog atau kanal *citizen journalism* yang diakomodasi oleh media *mainstream*.

Media baru bersifat melampaui batasan ruang dan waktu, sedangkan media arus utama dapat dikatakan baik dalam menjembatani ruang namun kapasitasnya terbatas. Sekarang ini, khalayak mendapatkan berbagai informasi lewat media sosial yang disebarkan oleh jurnalis warga. Namun, tidak semua informasi dapat dipercaya, baik dari segi konten atau sumbernya. Dalam dunia digital, khalayak berperan aktif menilai informasi yang mereka dapatkan. Khalayak berhak percaya atau meragukan informasi yang diduplikatnya. Salah satu faktor yang menentukan skeptisisme khalayak adalah kredibilitas. Penelitian ini ingin mengetahui sikap skeptis khalayak berdasarkan skala kredibilitas media sosial (Kang, 2010), serta berdasarkan faktor kepercayaan pada berita online atau berita alternatif yang ditemukan Tsfati.

Bagan 2. 1 Alur Penelitian



Sumber: Kajian penulis, 2019