



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 ini memiliki beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti dalam membuat penelitian ini, yaitu artikel berjudul “*ENTER THE ROBOT JOURNALIST: User’s perception of automated content*” karya Christer Clerwall dalam jurnal *Journalism Practice*, artikel berjudul “*Readers’ perception of computer-generated news: Credibility, expertise, and readability*” karya Graefe, Haim, Haarmann, & Brosius dalam jurnal *Digital Journalism*, artikel berjudul “*Journalist versus news consumer: The perceived credibility of machine written news*” karya Hille van der Kaa dan Emiel Kraemer dalam jurnal *Proceedings of the Computation+Journalism conference*, skripsi berjudul “Indeks Kredibilitas Media Online Populer di Indonesia Berdasarkan Persepsi Audiens: Studi Deskriptif Tentang Generasi *Digital Natives* Menilai Kredibilitas Media Pada Lima Portal Berita Online Terpopuler di Indonesia” karya Nadia Latief, dan jurnal berjudul “*Intrusion of software robots into journalism: The public’s and journalists’ perceptions of news written by algorithms and human journalist*” karya Jung, Song, Kim, Im & Oh dalam jurnal *Computers in Human Behavior*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Christer Clerwall tahun 2014, permasalahan muncul ketika adanya otomatisasi dalam membuat berita yang membuat banyak pertanyaan. Salah satunya tentang bagaimana pembaca melihat

konten yang dihasilkan perangkat lunak dan dibandingkan dengan konten yang ditulis oleh jurnalis. Penelitian ini ingin menganalisis perbedaan dalam persepsi kualitas yang diukur melalui kredibilitas dan keterbacaan pada teks. Dalam penelitian ini, responden diminta untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana mereka memandang kualitas artikel secara keseluruhan, kredibilitas, objektivitas, dan lain-lain.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui persepsi pembaca terhadap berita yang dihasilkan oleh perangkat lunak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana terdapat 46 responden mahasiswa yang digunakan untuk mengisi survei yang berisikan 12 variabel. Dalam mengisi kuisioner tersebut, responden tidak diberi tahu informasi tentang sumber artikelnya, tidak mengandung gambar dan panjang tulisannya sama. Untuk mengujinya, peneliti menggunakan konsep yang dicetuskan beberapa orang. Dari 12 variabel yang diuji, peneliti menggunakan 8 dari 21 variabel dari Sundar (1999), yaitu *coherent*, *well written*, *informative*, *clear*, *boring*, *accurate*, *interesting*, dan *objective*. Kemudian, tambahan indikator lainnya *descriptive*, *useable*, *pleasant to read*, dan *trustworthy*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teks yang ditulis oleh seorang jurnalis memiliki skor lebih tinggi pada indikator *coherent*, *well written*, *clear*, dan *pleasant to read*. Sedangkan, teks yang ditulis oleh perangkat lunak mendapat skor lebih tinggi pada indikator *descriptive*, *informative*, *trustworthy*, dan *objective*. Selain itu, teks yang ditulis oleh seorang jurnalis dinilai lebih *coherent*, *well written*, *clear*, *pleasant to read*, dan *interesting*. Di sisi lain, teks yang dihasilkan perangkat lunak dianggap lebih deskriptif, lebih informatif, lebih membosankan, tetapi memiliki

kelebihan dalam keakuratan, dapat dipercaya, dan objektif. Dalam penelitiannya, Clerwall (2014) memiliki beberapa keterbatasan, yaitu hasil penelitian tersebut berasal dari ukuran sampel yang kecil, sehingga tidak dapat mewakili khalayak umum. Dengan sampel yang besar sangat mungkin menghasilkan data yang berbeda. Artikel yang digunakan untuk penelitian tidak terlalu representatif baik artikel dari robot maupun jurnalis manusia. Kemudian, saat eksperimen hanya memberikan satu artikel untuk setiap kategorinya, sehingga membuat resiko responden tidak menjawab yang sebenarnya.

Relevansi penelitian Clerwall (2014) dengan penelitian peneliti yaitu untuk mencari tahu perbandingan skor kredibilitas berita yang dihasilkan robot dan manusia di Indonesia dengan beberapa indikator yang berbeda. Dalam hal ini peneliti ingin melihat bagaimana pembaca melihat konten yang dihasilkan oleh perangkat lunak. Untuk mendapatkan data tersebut, peneliti akan menggunakan cara yang sama dengan tidak mencantumkan sumber dari artikel tersebut.

Kemudian, penelitian terdahulu yang kedua dicetuskan oleh Hille van der Kaa dan Emiel Kraemer tahun 2014. Penelitian ini dilakukan untuk mempelajari kredibilitas pada artikel berita yang ditulis robot dan mencari perbedaan dan persamaan antara jurnalis dan konsumen berita. Menurut Kraemer & Van der Kaa (2014), penulisan berita menggunakan robot sudah ada sejak 1990-an, namun baru beberapa tahun belakangan ini banyak penulisan berita menggunakan robot. Pembuatan berita dengan robot dipercaya dapat meningkatkan tingkat akurasi dan kualitas laporan jurnalistik. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan guna melihat kredibilitas yang dirasakan oleh pembacanya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan secara eksperimen kepada 232 penutur asli bahasa Belanda, yang terdiri dari 64 orang jurnalis. Usia termuda yang digunakan berumur 19 tahun dan tertua 65 tahun. Dalam mengumpulkan data, Kraemer & Van der Kaa (2014) menggunakan isi dan kalimat yang sama persis untuk topik olahraga dan keuangan, hanya saja sumbernya dimanipulasi.

Setiap responden memilih secara acak dari keempat berita yang disajikan. Setelah itu, responden menilai keahlian dan kepercayaan dengan 12 indikator, yaitu *expertise, intelligence, education, trustworthiness, authority, bias, accuracy, completeness, fact-based, text quality*, dan *honesty*. Kraemer & Van der Kaa (2014) menggunakan skala likert 5 point (mulai dari 1 = sangat rendah hingga 5= sangat tinggi).

Hasil penelitian Kraemer & Van der Kaa (2014) mengatakan kelompok konsumen tidak merasakan ada efek yang ditemukan dalam hal kredibilitas sumber berita. Pembaca berita melihat kepercayaan dan keahlian yang dilakukan robot setara dengan jurnalis manusia. Sedangkan dalam kelompok jurnalis, ia menganggap keahlian menulis robot lebih besar daripada yang dirasakan oleh pembaca berita. Selain itu, jurnalis memandang kepercayaan jurnalis lebih besar jika dibandingkan dengan robot. Tak hanya itu, topik berita juga mempengaruhi kepercayaan responden, hasilnya mengatakan artikel olahraga kurang dapat dipercaya dibandingkan artikel keuangan. Penelitian tersebut juga memiliki keterbatasan, dimana peneliti tidak mencari tahu pengaruh topik artikel dan jenis artikel (*hardnews* dan *softnews*) terhadap kredibilitas.

Relevansi penelitian Kraemer & Van der Kaa (2014) dengan penelitian peneliti yaitu untuk melihat secara sistematis kredibilitas yang dihasilkan berita robot. Selain itu, peneliti juga akan menggunakan artikel dari dua rubrik yaitu olahraga dan ekonomi. Untuk mendapatkan data, peneliti juga akan menggunakan cara eksperimen dengan memberikan sumber artikel yang akan dinilai responden.

Selanjutnya, penelitian terdahulu yang ketiga dicetuskan oleh Nadia Latief tahun 2015. Penelitian ini berawal dari beredarnya isu tentang kredibilitas pada media *online* di masyarakat. Dengan kemajuan teknologi, penyebaran informasi semakin cepat dan mudah didapatkan. Oleh karena itu, kecepatan dalam memberikan berita membuat akurasi berita menjadi diabaikan. Media *online* di Indonesia cenderung hanya mementingkan kecepatannya saja.

Menurut Latief (2015), kredibilitas dalam sebuah media dinilai penting karena masyarakat dapat mempercayai sebuah media. Dalam penelitiannya, Latief ingin melihat bagaimana pandangan pembaca berita di Indonesia menilai kredibilitas media *online* di Indonesia melalui konsep multidimensional kredibilitas media dan teori kredibilitas sumber.

Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif bersifat deskriptif yang dengan cara membagikan secara *online* kuesioner kepada 100 orang generasi *digital natives*. Menurut teori kredibilitas sumber yang dicetuskan pertama kali oleh Hovland, Janis, & Kelley pada tahun 1963 mengatakan media yang memiliki sumber yang kredibel akan lebih mudah dipercaya oleh pembacanya dan dapat memberikan informasi yang benar. Oleh karena itu, Latief (2015) akan menguji kredibilitas lima media *online* di Indonesia dengan menggunakan konsep

multidimensional media dari Flanagin & Metzger. Penelitian ini akan menggunakan indikator *accuracy*, *bias*, *completeness*, *trustworthiness*, dan *believability*.

Hasil dari penelitian Latief (2015) mengatakan dimensi *trustworthiness* dan *completeness* merupakan faktor penting untuk *digital natives* dalam menentukan tinggi rendahnya kredibilitas lima portal media *online* tersebut. Selain itu, media *online* di Indonesia cukup kredibel jika diukur dengan konsep multidimensional kredibilitas media. Dalam melakukan penelitian tersebut, Latief (2015) hanya menggunakan 100 sampel, sehingga ruang lingkupnya sangat kecil dan tidak dapat mewakili generasi *digital natives* di DKI Jakarta untuk menilai kredibilitas berita pada lima portal berita *online* tersebut.

Relevansi penelitian Latief (2015) dengan penelitian peneliti yaitu menggunakan teori kredibilitas sumber dan konsep multidimensional kredibilitas media dari Flanagin & Metzger. Pada saat eksperimen, peneliti menggunakan lima indikator dari konsep multidimensional kredibilitas media yang akan digunakan untuk mengukur kredibilitas pada berita robot. Sedangkan, untuk teori kredibilitas sumber hanya akan peneliti gunakan sebagai teori tambahan untuk dibagian penjelasan. Selain itu, peneliti juga akan meneliti generasi Z di DKI Jakarta tepatnya di SMA Santa Theresia.

Lalu, penelitian terdahulu yang keempat dicetuskan oleh Graefe, Haim, Haarmann, & Brosius tahun 2016. Penelitian ini merupakan perluasan desain eksperimental dari studi yang pernah dilakukan oleh Clerwall (2014) dan Van der Kaa & Krahmer (2014). Penelitian ini ingin menguji apakah persepsi konsumen

terhadap berita benar-benar dipengaruhi jika konsumen mengetahui sumber beritanya. Selain itu, penelitian ini juga ingin membuktikan penelitian terdahulunya apakah dapat bertahan di negara yang berbeda. Penelitian ini akan menganalisis persepsi konsumen berita dari berbagai aspek kualitas, seperti kredibilitas, keahlian, dan keterbacaan.

Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif dengan desain eksperimental secara melalui kuesioner *online*. Dalam kuesioner *online* nya, pertama kali responden akan ditanyakan tentang pola penggunaan media, pengalaman jurnalistik, dan minat topik. Setelah itu, responden akan masuk kedalam pengaturan experimental, dimana harus menilai berita dengan 12 indikator. *Accurate, trustworthy, fair, dan reliable* untuk mengukur persepsi kredibilitas, lalu indikator *entertaining, interesting, vivid, dan well written* untuk mengukur keterbacaan, dan indikator *coherent, consice, comprehensive, dan descriptive* untuk mengukur keahlian dalam jurnalistik. Penelitian ini menghasilkan bahwa responden menilai artikel yang ditulis komputer lebih kredibel dan lebih bagus dalam keahlian menulisnya namun kurang dapat dipahami.

Dalam penelitian eksperimennya, Graefe et al. (2016) memvariasikan topik yang akan dibagikannya kepada responden yaitu topik olahraga dan keuangan. Selain itu, Graefe et al. (2016) juga membagikan topik tersebut dengan dua sumber berbeda, yaitu hasil tulisan manusia dan robot. Penelitian tersebut juga memiliki keterbatasan dimana Graefe et al. (2016) tidak meneliti bagaimana kualitas berita yang ditulis manusia dan robot yang akan berevolusi.

Relevansi penelitian Graefe et al. (2016) dengan penelitian peneliti yaitu untuk melihat apakah kredibilitas suatu berita akan berubah jika pembaca mengetahui sumber artikel tersebut di buat oleh manusia atau robot. Selain itu, peneliti juga akan menggunakan metode eksperimen dengan memvariasikan topik yang diberikan kepada responden yang berasal dari tulisan manusia dan robot.

Penelitian terdahulu yang terakhir dicetuskan oleh Jamein Jung, Haeyeop Song, Youngju Kim, Hyunsuk Im, dan Saewook Oh tahun 2017. Penelitian ini berawal dari adanya perkembangan internet membawa perubahan dalam menyampaikan informasi kepada publik dengan algoritma. Pada tahun 2014, media di Korea Selatan gagal dalam menyampaikan informasi tentang tragedi kapal ferry Sewol pada 16 April. Media tersebut mendapat banyak kritikan dari publik, karena media tersebut tidak mengecek kebenaran dan menerbitkan cerita yang berbau provokatif. Meskipun jurnalis meminta maaf, publik tampaknya belum bisa memberikan kepercayaannya lagi kepada media. Hal ini membuktikan rendahnya kredibilitas publik kepada jurnalis di Korea Selatan. Penelitian ini ingin mencari tahu persepsi masyarakat dan jurnalis tentang kredibilitas artikel algoritma jika dibandingkan dengan artikel jurnalis manusia.

Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan metode eksperimen. Jung et al. (2017) melakukan *pre-test* terlebih dahulu dengan membagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok evaluasi oleh masyarakat umum terdiri dari 400 responden dan kelompok evaluasi oleh jurnalis terdiri dari 164 jurnalis. Setelah *pretest* selesai, Jung et al. (2017) menggunakan 20 responden untuk mengevaluasi

kualitas 10 artikel pertandingan sepak bola berdasarkan komponen *well written*, *clear*, *professional*, dan *credibel*.

Hasilnya mengatakan artikel yang ditulis algoritma memiliki kualitas yang cukup sebanding dengan artikel yang ditulis jurnalis manusia. Kemudian, mengenai evaluasi publik terhadap kualitas artikel, responden memberikan skor yang tinggi pada artikel algoritma ketika sumber artikelnya ditulis sebagai algoritma. Namun, responden memberikan skor yang rendah untuk artikel algoritma yang sumber artikelnya ditulis oleh jurnalis manusia. Di sisi lain, responden memberikan nilai yang tinggi pada artikel yang ditulis jurnalis manusia ketika sumbernya ditulis dari algoritma, dan sebaliknya responden memberikan nilai yang rendah pada artikel jurnalis manusia ketika sumber artikelnya ditulis jujur.

Saat melakukan penelitian Jung et al. (2017) memiliki keterbatasan penelitian yaitu terbatasnya teknologi yang ada membuat Jung et al. (2017) hanya menggunakan artikel algoritma dari rubrik olahraga saja. Selain itu, dalam pengambilan sampel, ia juga menggunakan teknik *snowball sampling*, dimana teknik ini menghalangi jurnalis generalisasi hasil. Kemudian, pemilihan artikel yang digunakan tidak terlalu representif.

Relevansi penelitian Jung et al. (2017) dengan penelitian peneliti yaitu membandingkan artikel algoritma dengan jurnalis manusia, hanya saja peneliti tidak melakukan manipulasi sumber saat pengambilan data. Selain itu, rubrik olahraga yang peneliti gunakan sama seperti Jung et al. (2017).

Setelah melakukan analisis dari beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan, penelitian ini akan terdapat beberapa perbedaan. Peneliti akan mencari nilai

kredibilitas pada berita robot menggunakan konsep kredibilitas dari Flanagin & Metzger (2000). Konsep yang peneliti pilih berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Clerwall (2014), Graefe et al. (2016), van der Kaa & Kraemer (2014), dan Jung et al. (2017). Ada pula penelitian yang menggunakan konsep Flanagin & Metzger yaitu Latief (2015) untuk menilai kredibilitas media. Oleh karena itu, peneliti ingin menguji kredibilitas pada berita robot dengan konsep Flanagin & Metzger (2000).

Mengikuti saran dari Clerwall (2014), untuk mengujinya peneliti akan memberikan dua artikel untuk setiap kategorinya, hal ini dilakukan guna meminimalisir resiko responden tidak menjawab yang sebenarnya. Kemudian, peneliti akan memberikan variasi topik kepada responden. Peneliti akan menggunakan topik olahraga dan ekonomi seperti Graefe et al. (2016) dan van der Kaa & Kraemer (2014). Selain itu, peneliti akan mengkombinasikan sumber beritanya yaitu hasil tulisan algoritma dan jurnalis manusia. Hal ini ini dilakukan guna melihat perbedaan kredibilitas antara berita yang ditulis robot dan manusia. Kemudian, peneliti akan memberi tahu sumber berita kepada respondennya. Peneliti tidak menggunakan cara Jung et al. (2017) yang memberikan manipulasi sumber saat pengambilan data.

Penelitian tentang kredibilitas berita robot sudah banyak dilakukan, tetapi penelitian serupa ini belum pernah dilakukan di Indonesia. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengetahui penilaian generasi Z DKI Jakarta di SMA Santa Theresia terhadap kredibilitas berita yang dihasilkan secara otomatis.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

	Christer Clerwall (2014)	Krahmer & Van der Kaa (2014)	Nadia Latief (2015)	Graefe, Haim, Haarmann, & Brosius (2016)	Jung, Song, Kim, Im, & Oh (2017)
Judul	<i>ENTER THE ROBOT JOURNALIST: User's Perception of Automated Content</i>	<i>Journalist versus news consumer: The perceived credibility of machine written news</i>	Indeks Kredibilitas Media Online Populer di Indonesia Berdasarkan Persepsi Audiens: Studi Deskriptif Tentang Generasi <i>Digital Natives</i> Menilai Kredibilitas Media Pada Lima Portal Berita <i>Online</i> Terpopuler di Indonesia	<i>Readers' Perception of Computer-Generated News: Credibility, Expertise, and Readability</i>	<i>Intrusion of software robots into journalism: The public's and journalist' perceptions of news written by algorithms and human journalists</i>
Hasil	Audiens menilai konten yang dihasilkan perangkat lunak lebih deskriptif, informatif, dapat dipercaya dan objektif. Sedangkan, teks yang ditulis jurnalis lebih koherensi, ditulis dengan baik, jelas, dan menyenangkan untuk dibaca.	Pembaca berita mempersepsikan tingkat kepercayaan dan keahlian penulis komputer dan jurnalis sama. Dalam kelompok jurnalis, ditemukan pengaruh signifikan terhadap kepercayaan atas sumber berita. Jurnalis memandang bahwa kepercayaan	Responden menilai Kompas.com merupakan media yang sangat kredibel berdasarkan lima dimensi <i>trustworthiness, completeness, bias, accuracy</i> dan <i>believability</i> . Generasi tersebut menilai bahwa kepercayaan media (<i>trustworthines</i>) dan keakuratan data (<i>completeness</i>) adalah dimensi	Responden menilai artikel yang ditulis komputer lebih kredibel dan lebih tinggi dalam keahlian menulisnya, namun berita yang ditulis komputer kurang dapat dipahami responden.	Artikel yang ditulis algoritma memiliki kualitas yang cukup sebanding dengan jurnalis manusia. Kemudian, mengenai evaluasi publik terhadap kualitas artikel, responden memberi skor lebih tinggi kepada artikel algoritma saat diberitahukan penulisnya, tetapi responden memberikan

		jurnalis jauh lebih tinggi daripada komputer.	yang paling penting. Dimensi tersebut dapat menentukan tinggi dan rendahnya kredibilitas media.		skor lebih rendah untuk tulisan algoritma ketika penulis nya seorang jurnalis(ma nipulasi)
Relevansi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sama-sama mencari tahu perbandingan skor kredibilitas antara berita yang dihasilkan oleh robot dan manusia. 2. Tidak mencantumkan sumber artikel pada kelompok kontrol. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan dua rubrik berita yaitu rubrik olahraga dan ekonomi. 2. Memberikan sumber artikel pada kelompok eksperimen. 	1. Menggunakan konsep yang sama, yaitu konsep kredibilitas media dari Flanagan & Metzger (2000).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melihat apakah kredibilitas berita akan berubah, jika pembaca mengetahui sumber berita tersebut dibuat oleh robot atau manusia. 2. Memvariasikan topik berita yang digunakan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membandingkan artikel yang dibuat manusia dan robot tanpa memanipulasi sumber beritanya. 2. Menggunakan rubrik yang sama, yaitu rubrik olahraga.

Sumber : Olahan Pribadi, 2020

2.2 TEORI DAN KONSEP

2.2.1 Teori Kredibilitas Sumber

Teori kredibilitas sumber pertama kali dikemukakan oleh Hovland, Janis, & Kelley pada tahun 1963. Dalam jurnal *Source Credibility: A Philosophical Analysis*, teori ini menjelaskan bahwa orang atau penerima pesan akan lebih mudah diyakinkan atau percaya, jika sumber informasinya berasal dari sumber yang kredibel. (Umeogu, 2012, p. 12).

Menurut Latief (2015, p. 15), sumber informasi yang memiliki kredibilitas tinggi akan menghasilkan dampak yang besar terhadap persepsi audiens dibandingkan dengan sumber yang kredibilitasnya rendah.

Dalam jurnal tersebut, Hovland dan Weiss juga mencari tahu apakah ada pengaruh sumber dalam persuasi. Penelitian tersebut dilakukan dengan cara membandingkan sumber yang tidak kredibel dengan yang kredibel. Hasilnya, sumber informasi yang kredibel cenderung dapat memberikan dampak sesuai keinginan melalui pesan-pesan yang disalurkan (Umeogu, 2012, pp. 112-113)

Selanjutnya, teori kredibilitas sumber memiliki dua elemen yang mempengaruhinya yaitu *expertise* (keahlian yang dirasakan) dan *trustworthiness* (kepercayaan dari sumber). Kedua elemen tersebut harus dimiliki sumber informasi agar menjadi kredibel. Conan et al (2006) dalam (Umeogu, 2012), menyampaikan ada tiga dimensi utama untuk kredibilitas yaitu *trustworthiness* (kepercayaan), *competence* (kompetensi), dan *goodwill* (niat baik).

2.2.2 Konsep Kredibilitas Media

Berdasarkan jurnal *Perception of Internet Information Credibility* (Flanagin & Metzger, 2000, p. 515), semakin hari orang bergantung pada internet dan informasi yang berbasis web. Informasi yang berasal dari internet memiliki kredibilitas yang sama dengan televisi, radio, dan majalah, tetapi tidak sekredibel informasi dari surat kabar.

Dalam jurnal tersebut, Flanagin dan Metzger menjelaskan bahwa sebelum informasi naik ke publik, media konvensional harus melakukan proses verifikasi serta cek dan ricek informasi tersebut. Namun, media *online* tidak selalu melakukan proses tersebut, contohnya berita yang dihasilkan secara otomatisasi. Berita robot akan mengeluarkan informasi secara otomatis tanpa melalui proses verifikasi terlebih dahulu.

Dalam mengukur kredibilitas media, Flanagin & Metzger (2000, pp. 521-522) menggunakan konsep multidimensional yang meliputi *believability*, *accuracy*, *trustworthiness*, *bias*, dan *completeness*. Selain internet, Flanagin & Metzger juga menggunakan kelima dimensi tersebut untuk mengukur kredibilitas informasi pada empat media, yaitu majalah, surat kabar, televisi dan radio.

Berikut lima dimensi dalam konsep kredibilitas, yaitu (Latief, 2015, p. 18)

1. *Believability* berkaitan dengan penulisan berita termasuk kejujuran, keandalan, akurasi, dan berbasis fakta (Krahmer & Van der Kaa, 2014, p. 2).
2. *Accuracy* berkaitan dengan keakuratan berita yang ditulis. Apakah informasi yang diberikan tepat?
3. *Trustworthiness* berkaitan dengan media tersebut layak untuk dipercaya atau tidak.
4. *Bias* berkaitan dengan informasi yang disampaikan oleh media *online* memiliki keberpihakan atau kepentingan lainnya.

5. *Completeness* berkaitan dengan kelengkapan suatu berita dengan unsur-unsur yang ada.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan konsep kredibilitas media yang dikemukakan oleh Flanagin & Metzger untuk mengukur kredibilitas berita robot pada media *online* Beritagar.id.

2.2.3 Media Online

Pengakses internet terus melonjak dari tahun ke tahun seiring dengan perkembangan infrastruktur dan internet yang semakin meluas (Margianto & Syaefullah, 2014, p. 5). Adanya perpaduan antara kegiatan jurnalistik dengan internet melahirkan media *online*, dimana menjadi sumber informasi semua masyarakat (Soesanto, 2019, p. 14).

Pada awalnya, media *online* diciptakan hanya sebagai medium oleh media massa untuk menampilkan kembali hasil tulisan di konten cetaknya menjadi versi *online*. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, para pemilik media massa melihat peluang di dalam media *online*, lalu mengembangkan media *online* yang dimiliki (Craig, 2005, p. 8).

Jurnalisme *online* adalah proses penyampaian informasi melalui internet (media *online*) dengan menggabungkan antara tulisan dengan audio dan tulisan. Selain itu, dengan adanya jurnalisme *online*, pembaca dapat mengakses informasi yang telah berlalu dan berulang kali (Craig, 2005, p. 14).

Menurut Craig (2011, p. 8-12), jurnalisme *online* memiliki keunggulan dibandingkan dengan media konvensional, yaitu

1. *Speed and accuracy with depth in breaking news.*

Internet sangat berperan dalam jurnalisme *online*, karena sebagai medium untuk menayangkan informasi serta diperbaharui setiap saat. Meskipun jurnalisme *online* identik dengan kecepatannya, namun keakuratan dan kedalaman informasi menjadi hal yang harus diprioritaskan.

2. *Comprehensiveness in content.*

Jurnalisme *online* memiliki kelebihan dalam menyampaikan informasi. Teks berita dapat digabungkan dengan grafis, video, audio, dan foto. Gabungan dari berbagai jenis tersebut membuat teks berita menjadi lebih inovatif dalam menyampaikan informasi.

3. *Open-endedness in story development.*

Adanya jurnalisme *online* memungkinkan untuk siapa saja dapat memproduksi dan menulis berita sendiri. Oleh karena itu, jurnalisme *online* harus memiliki standar penulisan.

4. *The centrality of conversation.*

Dalam jurnalisme *online*, memungkinkan terjadinya interaksi antara pembaca melalui kolom komentar. Interaksi ini sudah ada pada media konvensional, namun intensitasnya belum signifikan.

Kehadiran media *online* menjadi tren baru bagi dunia jurnalistik. Media *online* merupakan salah satu produk jurnalistik yang dapat menyampaikan informasi dan dapat didistribusikan dengan cepat melalui internet kepada semua khalayak.

2.2.4 Berita Robot

Berita robot atau yang dikenal dengan jurnalisme otomatis adalah penggunaan perangkat lunak dengan *artificial intelligence* (AI) atau algoritma untuk menghasilkan berita tanpa kontribusi atau bantuan dari jurnalis manusia, terlepas dari programmer yang bekerja untuk mengembangkan algoritma tersebut (Monti, 2019, p.1). Banyak istilah yang digunakan untuk menggambarkan penggunaan AI di dalam pers, misalnya jurnalisme otomatis, jurnalisme robot, bot penulisan berita, dan jurnalisme algoritma (Monti, 2019, p. 2).

Dalam jurnalisme robot, AI digunakan untuk mengubah fakta dan wawasan yang berasal dari *big data* menjadi cerita atau tulisan yang dapat dibaca tanpa ada keterlibatan manusia dan dapat dilakukan dalam persekian detik. Diperkirakan dalam 5-10 tahun kedepan, mayoritas tulisan jurnalistik akan ditulis dengan robot (Latar, 2018, p. 29).

Pembuatan berita otomatis memiliki dasar dua pilar, yaitu *Natural Language Generation* (NLG) dan *Natural Language Processing* (NLP). NLG dapat mengubah struktur data yang sangat besar (*big data*) secara otomatis menjadi narasi yang dapat dibaca. Sedangkan, NLP dapat membuat berita secara alami, sehingga pembaca tidak dapat membedakan berita tersebut dibuat robot atau jurnalis manusia (Marconi, Siegman, & Journalist, 2017, p.12).

Penggunaan jurnalisme robot sudah banyak digunakan di berbagai media di seluruh dunia, contohnya *Narrative Science*, *Automated Insight*,

Forbes, *Los Angeles Times* dan sebagainya (Graefe et al., 2016, p. 596). Untuk di Indonesia, Beritagar.id merupakan media *online* pertama yang menggunakan AI pada akhir tahun 2017 tentang pertandingan sepak bola (Irwansyah & Amran, 2018, p. 173).

2.2.5 Khalayak: Siswa SMA

Khalayak adalah masyarakat yang menggunakan media massa sebagai sumber untuk mendapatkan informasi (Ardianto, Komala & Karlinah, 2007, p. 163). Selain itu, khalayak dapat disebut juga sebagai penerima, audiensi, komunikan, *receiver*, *decoder* atau target. Terdapat juga istilah audiensi media (khalayak media) yang berlaku universal, audiensi media adalah sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa dari berbagai media atau komponen isinya (McQuail, 2010, p. 201).

Penelitian ini memfokuskan khalayak generasi Z pada siswa SMA Santa Theresia Jakarta. Menurut Rastati (2018, p. 61), generasi Z merupakan generasi yang lahir saat internet sudah ada. Generasi Z dimulai tahun kelahiran 1997-2012 (Dimock, 2019).

Berdasarkan hasil survei APJII (2018), pengguna internet di Indonesia paling banyak digunakan oleh umur 15-19 tahun. Jika dilihat berdasarkan tingkat pendidikan, kategori umur 15-19 tahun terdapat pada jenjang pendidikan SMA. Oleh karena itu, peneliti menggunakan siswa SMA Santa Theresia Jakarta sebagai khalayak yang akan diteliti.

2.3 HIPOTESIS TEORITIS

Hipotesis adalah jawaban sementara dari rumusan permasalahan yang dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Jika dilihat dari bentuknya, hipotesis penelitian terdapat tiga jenis, yaitu hipotesis deskriptif, komparatif dan asosiatif/hubungan (Sugiyono, 2018, pp. 63-66). Dalam penelitian ini menggunakan hipotesis deskriptif, yaitu

Ho : Tidak ada perbedaan kredibilitas antara berita yang ditulis manusia dengan robot.

Ha : Ada perbedaan kredibilitas antara berita yang ditulis manusia dengan robot.

2.4 ALUR PENELITIAN

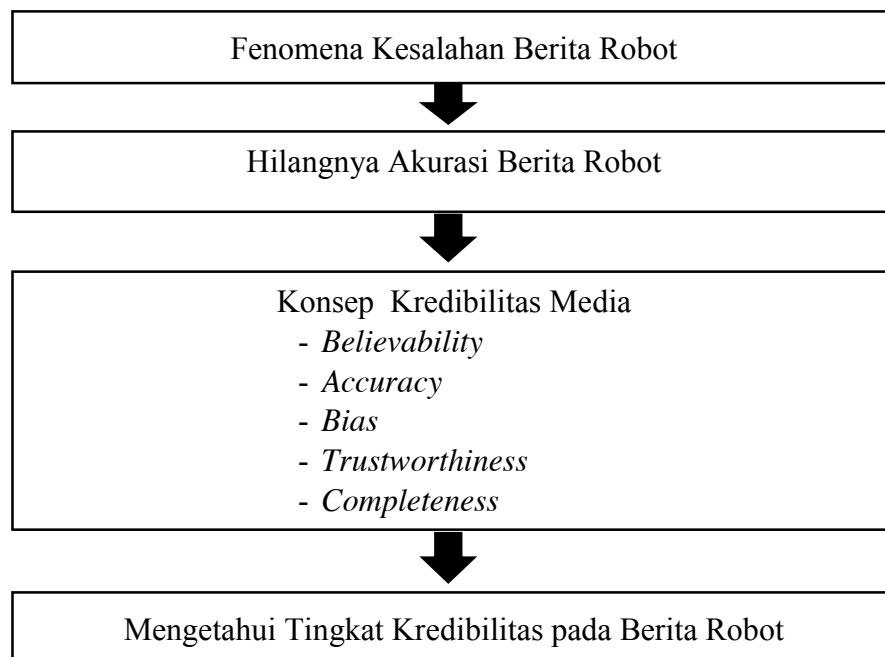
Penelitian ini bermula dari adanya fenomena kesalahan pada berita robot yang pernah terjadi pada portal berita *online* LaTimes. Berita robot merupakan berita yang dihasilkan secara otomatis dengan algoritma, tanpa adanya bantuan dari jurnalis manusia. Adanya kesalahan tersebut mengakibatkan hilangnya aspek akurasi pada berita yang dibuat secara otomatis atau berita robot.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengukur tingkat kredibilitas berita robot pada portal berita Beritagar.id, kemudian adakah perbedaan kredibilitas berita robot jika dibandingkan dengan berita tulisan manusia serta adakah perbedaan kredibilitas jika pembaca mengetahui sumber berita tersebut.

Konsep yang akan digunakan yaitu kredibilitas media dari Flanagin & Metzger (2000). Konsep ini akan dilakukan dengan metode *virtual* eksperimen dengan membaginya menjadi dua kelompok yaitu kelompok kontrol dan kelompok

eksperimen. Teknik pengumpulan data nya akan dilakukan dengan kuesioner *online*. Hasilnya akan dihitung kedalam SPSS *for windows* dan dianalisis secara deskriptif. Setelah langkah tersebut dilakukan, kredibilitas berita robot akan ditemukan.

Bagan 2.1 Alur Penelitian



Sumber: Olahan Pribadi, 2020