



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/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat tiga penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai referensi untuk lebih memahami mengenai topik penelitian ini. Penelitian yang pertama yaitu menjadi acuan utama penulis adalah jurnal karya Y. Roselyn Du, Lingzi Zhu, dan Benjamin K. L. Cheng dengan judul *Are Numbers Not Trusted in a “Post-Truth” Era? An Experiment on the Impact of Data on News Credibility* (2019). Pada tahun 2016, muncul sebuah istilah “*post-truth*” karena maraknya misinformasi dan tingkat kepercayaan kepada media mulai menurun. Bersamaan dengan itu, muncul jurnalisme data yang memiliki kemampuan untuk mencari, memahami dan memvisualisasi data untuk dapat membuat sebuah konten jurnalistik berdasarkan fakta. Disaat kredibilitas jurnalisme dan kepercayaan publik kepada media mulai menurun, penelitian yang dilakukan oleh Du *et al* mementingkan kredibilitas media yang menggunakan data dalam era “*post-truth*”.

Zillman & Brosius dalam Y. Roselyn Du *et al* mengatakan bahwa data seperti statistik sederhana, presentase atau rata-rata ditemukan pada cerita jurnalistik sebanyak 44% pada awal abad ini (2019, p. 182). Sehingga pertanyaan penelitian tersebut adalah apakah penggunaan data dan visualisasi data berdampak pada evaluasi publik tentang berita dan situs berita? Penelitian ini menggunakan metode

eksperimen dengan sample mahasiswa perguruan tinggi di Hong Kong. Eksperimen tersebut menggunakan tema berita yang sama untuk lima kelompok. Hanya saja stimulus yang diberikan memiliki perbedaan dalam tingkat data yang dihadirkan. Grup pertama disebut sebagai *control group* akan membaca sebuah berita tanpa data atau tulisan saja. Grup kedua akan membaca berita dengan tulisan yang digabungkan dengan data biasa. Grup ketiga akan diberikan berita dengan tulisan dan visualisasi data. Grup keempat akan mendapatkan berita dengan tulisan, visualisasi data, audio video. Grup kelima akan diberikan berita dengan tulisan, visualisasi data, audio video, serta tautan sumber data.

Proses dari eksperimen yang dilakukan oleh Du *et al* menggunakan *Qualtrics*, sebuah sarana survei daring. Di dalam survei tersebut terdapat sebuah tautan yang mengarahkan peserta ke halaman stimulus. Stimulus tersebut adalah berita yang telah dikategorikan sesuai dengan grup masing-masing. Setelah memperlihatkan stimulus, peserta kemudian diberikan pertanyaan yang sama untuk dijawab. Setelah setiap kelompok membaca stimulus, akan ada kuesioner yang diberikan dengan lima variabel untuk mengukur kredibilitas media menurut Philip Meyer dalam Du *et al* yaitu, *believability*, *accuracy*, *trustworthiness*, *bias*, dan *completeness* (2019, p. 83). Du *et al* juga menambahkan dua variabel tambahan yaitu *reliability* dan *expertise*. Selain itu, Du *et al* memasukan unsur *news appreciation* dalam penelitiannya yang dapat dibagi menjadi lima komponen yaitu, *interest*, *easiness to understand*, *importance*, *objectivity*, dan *enjoyment*.

Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa penggunaan visualisasi data dapat meningkatkan kredibilitas sebuah berita. Berita yang tidak memiliki data tapi tidak divisualisasikan dianggap kurang kredibel daripada berita yang berisikan tulisan saja. Hal ini menjadi penting karena masyarakat lebih memilih berita dengan visualisasi data daripada kemunculan datanya saja. Berbeda dengan video yang memiliki animasi data di dalamnya tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Ini menunjukkan bahwa video memiliki potensi untuk menghilangkan beberapa kelebihan yang dibawa oleh visualisasi data.

Penelitian yang dilakukan oleh Du *et al*, menjadi penelitian terdahulu yang mendorong peneliti untuk melakukannya di Indonesia. Peneliti merasa bahwa penelitian mengenai kredibilitas pada jurnalisme data masih belum banyak ditemukan di Indonesia. Berdasarkan penelitian tersebut, pentingnya penelitian kredibilitas jurnalisme data adalah untuk dapat mengukur informasi yang diberikan kepada masyarakat dapat tersampaikan dengan baik dan menyeluruh. Terdapat beberapa hal yang peneliti gunakan pada penelitian sebelumnya seperti, pembagian kelompok eksperimen, pengolahan data menggunakan Anova dan Test Post Hoc untuk dapat melihat rata-rata perbedaan pada setiap kelompok. Kelompok tersebut telah terbagi menjadi dua kelompok utama yaitu, kelompok kontrol dan kelompok eksperimen. Kelompok kontrol akan mendapatkan naskah berita tanpa memberikan data di dalamnya. Sedangkan kelompok eksperimen terbagi menjadi empat kelompok, setiap kelompok memiliki perlakuan yang

berbeda-beda sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan secara detail dampak dari penggunaan data di dalamnya.

Penelitian selanjutnya yaitu artikel jurnal yang dibuat oleh Jakob Henke, Laura Leissner & Wiebke Möhring dengan judul *How can Journalists Promote News Credibility? Effects of Evidences on Trust and Credibility* (2019, p. 1). Penelitian ini lebih banyak membahas mengenai berkurangnya kepercayaan masyarakat pada media. Banyak tersebarnya berita disinformasi, misinformasi, fakta-fakta yang tidak jelas dan munculnya era “*post-truth*” menjadi indikasi utama semakin tidak berfungsi hubungan antara media yang memproduksi berita dan audiensnya. Lucassen dalam Henke *et al* menjelaskan bahwa terjadinya penyebaran berita misinformasi karena banyak masyarakat yang tidak dapat melakukan verifikasi informasi karena tidak memiliki keahlian dan waktu (Henke, Leissner, & Möhring, 2019, p. 2). Rumusan masalah yang ingin diteliti adalah apakah sumber, data statistik dan visualisasi data dapat meningkatkan kepercayaan audiens terhadap sebuah berita? Dan apakah audiens dapat meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas kepada media?

Terdapat dua pertanyaan penelitian yang dimuat, pertama penelitian tersebut ingin meneliti pengaruh dari sumber ilmiah, informasi dalam bentuk data statistik, dan visualisasi data terhadap kredibilitas pesan yang diberikan oleh sebuah berita. Dan kedua adalah pengaruh dari sumber ilmiah, informasi dalam bentuk data, dan visualisasi data terhadap pengalaman membaca audiens dalam mengonsumsi berita. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

eksperimen. Hasil penelitian dengan pertanyaan penelitian pertama menunjukkan bahwa kredibilitas pesan yang diberikan sebuah artikel dengan sumber jauh lebih tinggi dibandingkan artikel yang tidak mencantumkan sumber. Selain itu, artikel yang memiliki data statistik dianggap lebih kredibel daripada artikel tanpa data.

Hasil penelitian tersebut juga mengungkapkan kredibilitas terendah terdapat di partisipan yang membaca artikel tanpa dicantumkan sumber ilmiah dan data statistik. Hal yang menarik justru terjadi ketika sumber dan data statistik saja yang ditampilkan justru berada pada tingkat tertinggi dalam kredibilitas. Menambahkan visualisasi data ternyata tidak mengubah konsep kredibilitas artikel oleh partisipan. Relevansi penelitian yang telah dilakukan Henke *et al* dengan penelitian ini terdapat pada pertanyaan penelitian yang pertama yaitu bagaimana sumber ilmiah, data statistik, dan visualisasi data dapat memengaruhi kredibilitas pesan yang diberikan oleh sebuah media.

Penelitian ketiga adalah sebuah artikel jurnal dengan judul *Is Automated Journalistic Writing Less Biased? An Experimental Test of Auto-Written and Human-Written News Stories* (Wu, 2019, p. 1). Perkembangan teknologi disaat ditemukan *artificial intelligence* membawa perubahan yang cukup signifikan terutama jika digabungkan dengan analisis data, dan algoritma komputer mulai digunakan dalam kegiatan jurnalistik. *Automatic journalistic writing*, melibatkan *Human Computer Interaction* (HCI) dan *Intelligence Augmentation* (IA) sudah mulai digunakan dalam beberapa media. Beberapa peneliti seperti Van Dalen dalam Wu mengatakan bahwa penggunaan *automatic journalistic writing* dirasa

dapat meringankan beban jurnalis dan dapat lebih fokus pada *in-depth* atau berita investigasi (Wu, 2019, p. 2). Disisi lain, Carlson dalam Wu mengatakan bahwa jurnalis tidak dapat bersaing dengan *automatic journalistic writing* dalam hal kecepatan, akurasi, dan skala penulisan (Wu, 2019, p. 2). Walaupun topik yang dapat ditulis oleh jurnalisme robot masih terbatas pada cuaca, olahraga, finansial, lalu lintas.

Pertanyaan penelitian dibagi menjadi dua buah pertanyaan, yang pertama adalah bagaimana audiens menilai tulisan *automatic journalistic* dengan tulisan jurnalis manusia? Dan yang kedua adalah bagaimana standar kualitas jurnalistik saat perkembangan era internet? Metode penelitian ini menggunakan eksperimental dengan 370 partisipan. Sebelum melakukan eksperimen, seluruh partisipan akan diberikan pembekalan mengenai proses pembuatan berita. Setelah itu, mereka akan dibagi menjadi tiga kelompok besar secara acak sesuai dengan tema naskah berita yang terdiri dari *finance, sports, politics*. Kemudian mereka akan dibagikan dua naskah berita, yang pertama adalah naskah yang mencantumkan sumber dan informasi penulis, dan yang kedua adalah naskah yang tidak mencantumkan sumber dan tidak memberikan informasi penulis. Partisipan diharuskan membaca kedua naskah tersebut dan kemudian menjawab kuesioner dengan pertanyaan yang sama untuk setiap naskah. dimensi yang digunakan untuk mengukur hal tersebut menurut Sundar dalam Wu adalah *objectivity, message credibility, medium credibility, dan bias* (2019, p. 5).

Ekspерimen yang dilakukan oleh Wu *et al* memiliki enam kondisi. Pertama, artikel dengan topik olahraga yang dibuat oleh robot. Kedua, artikel dengan topik olahraga yang dibuat oleh jurnalis manusia. Ketiga, artikel dengan topik keuangan yang dibuat oleh robot. Keempat, artikel topik keuangan yang dibuat oleh jurnalis manusia. Kelima, artikel dengan topik politik yang dibuat oleh robot. Keenam, artikel dengan topik politik yang dibuat oleh jurnalis manusia. Terdapat dua variabel independen dalam penelitian tersebut, *automation* dan *journalistic domains*. Variabel dependennya adalah kredibilitas yang diukur menggunakan skala Likert.

Hasil dari penelitian tersebut adalah tulisan yang dibuat secara otomatis oleh robot dinilai lebih objektif dibandingkan tulisan yang dibuat oleh manusia. Alasan dibalik tulisan yang dibuat oleh robot dinilai lebih objektif karena pembaca atau audiens dapat membedakan fakta dan pendapat dengan jelas. Selain itu, tulisan yang dibuat oleh robot juga menerima kesan yang kredibel baik secara pesan dan juga medium dibandingkan dengan tulisan manusia. Penelitian tersebut walaupun memiliki topik yang berbeda dengan peneliti tapi dirasa masih memiliki relevansi. Pada pertanyaan penelitian yang pertama, peneliti ingin menggunakan konsep bagaimana audiens atau masyarakat menilai tulisan yang mengandung data dan visualisasi di dalamnya dibandingkan dengan tulisan saja. Secara keseluruhan karya peneliti berfokus kepada perbandingan kepercayaan artikel berita yang terdapat data statistik, visualisasi data dan berita artikel biasa.

Penelitian oleh Wu *et al* digunakan peneliti sebagai penelitian terdahulu karena dimensi yang digunakan untuk mengukur kredibilitas dijelaskan secara mendetail. Penjelasan tersebut digunakan oleh peneliti untuk dapat menentukan operasionalisasi variabel, dan mengubahnya menjadi butir-butir kalimat yang digunakan untuk kuesioner.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Jurnalisme Data

Jurnalisme data telah muncul sejak tahun 1851 pada media di Inggris. Sebelumnya, terdapat sebuah praktik jurnalisme yang menjadi konsep utama jurnalisme data pada saat ini yaitu *Computer-Assister Reporting* (CAR). CAR sendiri ditemukan dan digunakan oleh Philip Meyer pada tahun 1960 untuk menginvestigasi penyebab kerusuhan di Detroit (Bradshaw, 2011, p. 252). Bradshaw memaparkan perbedaan CAR dengan jurnalisme data saat ini adalah lahirnya internet yang merubah kemampuan interaktivitas komputer berjaringan (2011, p. 253). Jurnalis data mulai dikenal dalam dunia jurnalistik melalui *The Guardian* dengan hadirnya situs *Wikileaks* yang pada saat itu mengeluarkan artikel mengenai perang Afghanistan pada 2010. Artikel tersebut sendiri menggunakan sekitar 90.000 data (Hill & Lashmar, 2014, p. 102).

Bradshaw menjelaskan bahwa jurnalisme data pada dasarnya sama dengan jurnalisme pada umumnya. Hanya saja jurnalisme data memiliki

data sebagai fondasi yang membuat sebuah cerita menjadi terstruktur. Produk yang dihasilkan tidak hanya terbatas pada angka atau data statistik saja, akan tetapi seluruh informasi yang tersebar di internet pun termasuk (Bradshaw, 2011, p. 252). Sehingga peran jurnalisme data menjadi penting dalam kegiatan jurnalistik untuk dapat membantu khalayak memahami sesuatu yang bersifat abstrak. Produk jurnalisme data dapat memberikan arahan yang lebih jelas dalam melihat hubungan satu aspek dengan aspek yang lain (Gray, Bounegru, & Chambers, 2012, p. 4).

Jurnalisme data dapat memudahkan pekerjaan jurnalis karena dapat memberikan fakta-fakta terkait masalah yang terjadi di sekitar masyarakat dan dampaknya. Selain itu, tugas seorang jurnalis mengalami beberapa perubahan dari yang pertama memberitakan isu, menjadi orang pertama yang memberitahu apa yang sebenarnya terjadi (Gray, Bounegru, & Chambers, 2012, p. 3). Hasil dari jurnalisme data sendiri terbagi menjadi dua bagian yang berisikan artikel dan visualisasi data yang beragam seperti infografis, tabel dan pemetaan. Media mulai untuk memuat sebuah pesan dalam grafik yang dibuat semenarik mungkin dan juga mudah di pahami (Gray, Bounegru, & Chambers, 2012, p. 178).

Philips dalam Gray, Bounegru, & Chambers mengatakan bahwa jurnalisme data pun diharapkan dapat memberikan data mentah beserta data yang sudah diolah dalam sebuah artikel (2012, p. 179). Hal tersebut berguna untuk transparansi kepada masyarakat agar melihat perbandingan

data yang belum diolah dan data yang sudah diolah. Namun hal yang penting dalam penyertaan data mentah adalah masyarakat pun dapat mencoba mencaritahu dan mengolah data yang ada. Sehingga mereka dapat membandingkan informasi yang sudah diberikan telah melalui proses analisis yang tepat.

Tren jurnalisme data saat ini mulai digunakan oleh beberapa media di Indonesia. Kelebihan dari jurnalisme data sendiri adalah membuat sebuah konten atau prodak jurnalistik dengan bantuan statistik, visualisasi data, dan penyajian data yang interaktif. Dengan menggunakan data dalam cerita yang dibuat, media dapat menemukan cerita-cerita yang jarang terlihat. Selain itu, narasi yang dibuat menjadi lebih objektif karena menggunakan data sebagai pendukung narasi atau cerita yang dibuat (Aitamurto, Sirkkunen, & Lehtonen, 2011, p. 9).

Jurnalisme data juga menunjukkan transparansi dalam kinerja jurnalis dalam membuat sebuah konten. Karena hasil dari data yang telah diproses akan dipublikasikan secara *online* untuk dapat diakses oleh khalayak. Sehingga khalayak dapat mengakses data tersebut untuk dapat dianalisis oleh siapapun. Transparansi tersebut dapat membangun tingkat kepercayaan masyarakat kepada jurnalistik dalam sebuah media. (Aitamurto, Sirkkunen, & Lehtonen, 2011, p. 18).

2.2.2 Media Online

Perkembangan media berawal sejak tahun 1960-an ketika teknologi pada saat itu juga mengalami perkembangan. Media memiliki sebuah perangkat teknologi yang disebut sebagai media digital. Ketersediaan media digital memiliki wilayah cakupan yang luas dan memungkinkan untuk dilakukannya penyebaran informasi (McQuail, 2011, p. 148). Salah satu kecenderungan media baru lebih dipilih untuk melakukan penyebaran informasi karena memiliki kecepatan dan kemudahan. Alhasil, lambat laun media baru tersebut menjadi pencetus kemajuan jurnalisme dengan sebuta media online atau daring.

Menurut Romli (2012, p. 33) media online dapat dikatakan sebagai sebuah jenis atau format media yang hanya dapat diakses menggunakan internet. Media tersebut dapat berisikan teks, foto, video dan juga suara. Dengan kata lain, media online dapat diartikan sebagai sebuah wadah informasi dalam bentuk digital yang harus diakses secara online. Penggunaan kata online sendiri memiliki penjelasan media dalam konteks komunikasi massa. Dalam penerapannya, media online memungkinkan khalayak untuk dapat mengakses kembali berita yang telah dibaca atau terlewat (Craig, 2005, p. 14).

Newsom dan Wollert (dalam Sumadiria, 2005. P. 64) menjelaskan berita adalah informasi yang ingin dan perlu diketahui oleh masyarakat. Berita sendiri merupakan sebuah laporan informasi mengenai fakta yang

terjadi, kemudian dipilih oleh redaksi sebuah media untuk dapat diberikan kepada masyarakat. Informasi tersebut harus menarik perhatian (Sumadiria, 2005, p. 65).

Foust (dalam Romli, 2012, p. 20) menjelaskan bahwa penggunaan media online memiliki beberapa kelebihan antara lain:

1. *Audience Control*

Pembaca dapat lebih memilih topik pemberitaan yang mereka sukai hanya dengan mengklik tautan judul yang mereka inginkan. Hal ini mendorong pembaca untuk dapat lebih bebas menerima informasi yang ingin diketahui.

2. *Nonlienarity*

Dalam media online, setiap berita yang telah diunggah dalam sebuah situs media dapat berdiri sendiri dan tidak berurutan.

3. *Storage and Retrieval*

Ketika sebuah berita sudah masuk ke dalam situs media, berita tersebut secara langsung tersimpan dan terarsipkan sehingga dapat diakses dengan mudah dan tidak memiliki batasan waktu.

4. *Immediacy*

Informasi yang diberikan dalam media online selalu diperbaharui dengan cepat dan juga langsung.

5. *Multimedia Capability*

Artikel berita dalam media online tidak hanya berisikan teks saja akan tetapi unsur lain seperti suara, gambar, video serta komponen lainnya dapat dimasukkan ke dalam berita.

6. *Interactivity*

Hal yang terpenting dalam sebuah media online adalah adanya interaktifitas yang dilakukan pembaca seperti memberikan komentar akan informasi yang disajikan, membagikan informasi tersebut kepada rekan.

2.2.3 Teori Tanggung Jawab Sosial

Tujuan utama dari teori tanggung jawab sosial adalah mengedepankan kebebasan pers tapi perlu tanggung jawab sosial dalam setiap proses pengerjaan produk jurnalistik. Teori tersebut juga menjelaskan bahwa media memiliki beberapa faktor yang mengikat seperti pendapat masyarakat, kode etik profesional, dan tindakan konsumen (Tankard & Severin, 2011, p. 379). Menurut Sieber, Peterson, dan Scharm dalam Tankard, ketiga faktor tersebut memiliki dampak yang signifikan dalam tindakan media (2011, p. 379). Walaupun media sendiri memiliki kebebasan pers, tapi media tetap harus memberikan informasi yang sesuai dengan fakta, jelas, tidak menyebabkan konflik, tidak menyudutkan, dan memberikan pandangan negatif.

McQuail dalam Teori Komunikasi Massa memaparkan bahwa media tidak hanya bertugas untuk menyediakan tempat beropini bagi

masyarakat, memberikan informasi bagi masyarakat (2011, p. 55). Media juga bertugas untuk dapat memberikan sebuah gambaran yang nyata kepada masyarakat dan sehingga kebebasan media dapat dijalankan. McQuail sendiri memberikan prinsip media dalam teori tanggung jawab sosial (2010, p. 171) yaitu,

1. Media harus dapat menghindari memberikan informasi yang dapat menyebabkan kriminalitas, ketidaktertiban umum, dan menyudutkan suatu etnik atau agama.
2. Media harus dapat memenuhi kewajiban tertentu kepada masyarakat.
3. Kewajiban tersebut dapat dipenuhi ketika media dapat menetapkan sebuah standar profesional mengenai ketepatan informasi, kebenaran, objektivitas, dan keseimbangan pemberitaan.
4. Media harus dapat mengatur diri sendiri dalam lembaga dan hukum yang sudah ada.
5. Media harus bersikap adil dan tidak membeda-bedakan, sehingga media perlu memberikan kesempatan kepada berbagai pihak untuk dapat memberikan sudut pandang serta hak untuk menjawab.

6. Masyarakat juga harus berdasarkan prinsip yaitu, memiliki hak dalam standar perstasi yang tinggi dan intervensi dibenarkan untuk mengamankan kepentingan umum.
7. Media dan juga wartawan harus memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi terhadap masyarakat, atasan, dan target konsumen.

Berdasarkan prinsip tersebut, peneliti menggunakan teori tanggung jawab sosial dengan fokus pada poin ketiga. Media harus memiliki sebuah standar profesionalitas sehingga informasi yang diberikan kepada masyarakat secara tepat, benar, objektif dan juga berimbang tidak memihak. Karena media memiliki tanggung jawab untuk dapat menuliskan sebuah informasi dengan tepat dan salah satu caranya adalah menggunakan data di dalamnya.

2.2.4 Kredibilitas Media

Kredibilitas merupakan pembahasan yang cukup penting dalam penelitian komunikasi (Appelman & Sundar, 2015, p. 59). Sundar menunjukkan bahwa kredibilitas dari sebuah pesan media dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor eksternal diantaranya media untuk mengirimkan pesan, serta struktur dari pesan itu sendiri (2015, p. 59). Menengahi permasalahan kredibilitas terbilang cukup rumit dikarenakan perbedaan diantara sumber, pesan, dan media sangat sulit untuk diklasifikasikan. Sehingga permasalahan mengenai kredibilitas media

harus dapat dijelaskan dan diukur secara berbeda berdasarkan klasifikasi masing-masing (Appelman & Sundar, 2015, p. 61).

Flanagin dan Metzger mengatakan bahwa masyarakat lebih sering menggunakan internet sebagai alat untuk mencari informasi. Internet lebih sering digunakan dibandingkan koran, televisi, majalah, buku, dan komunikasi tatap muka secara langsung (2000, p. 516). Internet memiliki peluang yang banyak untuk mendapatkan informasi karena mudah diakses dan berlimpah. Sehingga, misinformasi menjadi hal yang tidak baru untuk didengar (Flanagin & Metzger, 2000, p. 515). Flanagin memaparkan bahwa perbedaan yang cukup signifikan terjadi antara media konvensional dengan media daring. Perbedaan tersebut terjadi pada proses verifikasi yang dijalankan hanya pada media konvensional. Menurutnya, hal tersebut terjadi karena media daring dituntut untuk berfokus pada kecepatan berita sehingga tidak semua berita menjalani proses verifikasi (2000, p. 521). Padahal seharusnya, proses verifikasi dapat dikatakan sebagai sebuah uji kredibel atas informasi yang diberikan kepada masyarakat (Flanagin & Metzger, 2000, p. 517).

Penelitian mengenai kredibilitas media lebih banyak mengambil fokus kepada sumber dan juga medium. Kredibilitas sumber tentunya berfokus pada asal-usul sebuah berita yang muncul dari wartawan, narasumber yang bersangkutan dan juga medianya sendiri (Du, Zhu, & Cheng, 2019, p. 183). Sedangkan kredibilitas medium lebih banyak

membahas bagaimana sebuah media menyampaikan pesannya seperti melalui koran, televisi, ataupun secara daring. Menurut Cheng and Lo dalam Du, mengatakan bahwa sebenarnya dampak dari sebuah format berita memiliki pengaruh yang lebih besar terkait kredibilitas (2019, p. 183).

Banyak penelitian yang telah mengungkap faktor atau dimensi kredibilitas media. Beberapa diantaranya adalah Philip Meyer (1988, p. 567), Cecilie Gaziano and Kristin McGrath (1986, p. 451) yang melakukan penelitian mengenai kredibilitas dari surat kabar dan televisi dengan 12 faktor kredibilitas, dan terakhir Flanagin dan Metzger (2000, p. 521). Diantara ketiga penelitian yang membahas mengenai kredibilitas, terdapat lima buah dimensi yang seringkali digunakan peneliti untuk mengukur kredibilitas. Lima buah dimensi tersebut yaitu (Flanagin & Metzger, 2000, pp. 521-522):

a. *Believability*

Aspek *believability* merupakan dimensi yang menjadi dimensi dimana berita dapat dipercaya atau tidak. Flanagin dan Metzger pun menambahkan, kredibilitas tidak hanya menilai seberapa besarnya berita dapat dipercaya tetapi dapat juga menilai kepercayaan terhadap pesan atau konten yang diberikan media kepada khalayak (2013, p. 211).

b. *Accurary*

Akurasi merupakan sebuah dimensi untuk melihat apakah berita ditulis dengan akurat, informasi yang diberikan berdasarkan fakta yang terjadi. Akurasi dalam sebuah berita dapat dilihat dari kesalahan pada penulisan data, tanggal, nama narasumber, alamat dan sebagainya. Ketika terjadi kesalahan penulisan maka dapat dikatakan akurasi berita tersebut lemah. Kategori akurasi juga dapat diukur dengan relevansi sumber berita dengan peristiwa yang terjadi, relevansi antara judul dan isi berita.

c. *Trustworthiness*

Trustworthiness menjadi sebuah dimensi untuk dapat mempertimbangkan reputasi dari media yang menyampaikan pesan dapat dipercaya atau tidak.

d. *Bias*

Flanagin dan Metzger menjelaskan bahwa bias dapat menjadi alat untuk melihat cara media untuk melaporkan berita apakah hal tersebut objektif atau tidak. Bias sendiri memiliki ruang lingkup atas informasi yang disediakan oleh media sesuai dengan fakta dan data di lapangan. Penulisan berita harus dibuat secara objektif agar artikel yang memiliki informasi di dalamnya tidak

dibuat secara memihak ataupun mengikuti subjektivitas dari jurnalis (2013, p. 213).

McQuail dalam bukunya membagi objektivitas menjadi dua bagian yaitu faktualitas dan imparsialitas (2010, p. 203). Faktualitas dibagi kembali menjadi dua bagian yaitu kebenaran dan relevansi. Kebenaran sendiri dilihat berdasarkan informasi yang dituliskan, sehingga isi berita harus benar dan sesuai kejadian yang ada. Selain itu, kategori kebenaran juga dapat dilihat dari fakta yang disajikan tidak digabungkan dengan opini atau pendapat (McQuail, 2010, p. 197). Relevansi sendiri menjelaskan adanya keterkaitan antara peristiwa dengan kepentingan masyarakat (McQuail, 2010, p. 203). Relevansi memiliki keterkaitan dengan ketepatan waktu atau dapat disebut sebagai aktualitas.

Kategori imparsialitas dapat dibagi menjadi dua kategori kembali yaitu keseimbangan dan netralitas. Keseimbangan dalam pemberitaan memiliki pengertian untuk tidak berat pada salah satu pihak dan semua mendapatkan kesempatan yang sama. Netralitas sendiri tidak menilai sebuah peristiwa atau berita yang tidak sensasional (McQuail, 2010, p. 204)

e. *Completeness*

Kelengkapan berita memiliki unsur 5W + 1H (*What, Where, When, Who, Why, dan How*). Unsur tersebut dapat mengukur bagaimana sebuah artikel memiliki informasi yang lengkap dan komprehensif.

Kelima dimensi dari kredibilitas tersebut akan digunakan oleh peneliti untuk dapat mengukur tingkat kredibilitas dari setiap artikel yang telah dipilih oleh penulis untuk diujikan kepada khalayak.

2.2.5 Khalayak Media

Khalayak media menurut Marshall McLuhan (dalam Morissan, 2013, p. 173) adalah pusat komunikasi massa yang diberikan oleh media secara konstan. Media harus terus memberikan informasi kepada khalayak agar tidak dapat menghindar dari terpaan media. Khalayak dapat dikatakan sebagai populasi yang besar dan dapat dibentuk oleh media. Maka dari itu, media harus dapat menarik perhatian khalayak dengan memerhatikan segmentasi, positioning dan juga demografi dari setiap khalayak (Morissan, 2013, p. 174).

Rivers (2008, p. 303) memiliki asumsi jika khalayak media melakukan seleksi isu yang dipilih berdasarkan keinginannya. Setiap individu dinilai memiliki daya tarik yang berbeda terhadap suatu media, karena setiap media memiliki daya Tarik masing-masing. Ketertarikan khalayak terhadap sebuah jenis media dapat dipengaruhi banyak faktor seperti profesi, minat, dan kepribadian masing-masing orang.

Setidaknya terdapat dua prinsip khalayak untuk memilih informasi yang ingin disajikan. Pertama adalah prinsip kemudahan yang terbagi menjadi beberapa bagian seperti pendengar, pembaca, dan juga kemudahan dalam memperoleh informasi tersebut. Pola perilaku khalayak biasanya akan memilih informasi yang paling mudah didapatkan. Prinsip yang kedua adalah khalayak memilih informasi yang didapatkan tersebut berdasarkan harapan bahwa informasi yang disampaikan dapat berguna dan memengaruhi interaksi sosialnya (Rivers, Jensen, & Peterson, 2008, pp. 311-313).

2.3 Hipotesis Teoretis

Sugiyono menjelaskan bahwa hipotesis adalah sebuah jawaban sementara terhadap rumusan masalah (2009, p. 84). Jawaban tersebut dapat berupa pernyataan mengenai hubungan dua variabel atau lebih, perbandingan, atau variabel mandiri. Terbilang sementara karena jawaban tersebut hanya berdasar teori yang relevan, akan menjadi pasti ketika jawaban tersebut didukung fakta-fakta empiris dari pengumpulan data (2009, p. 85). Terdapat dua macam hipotesis yang dijelaskan oleh Sugiyono, hipotesis nol yang memberikan kalimat pernyataan bahwa tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik. Kemudian, hipotesis alternative yang merupakan lawan dari hipotesis nol. Biasanya kedua hipotesis tersebut saling berlawanan. Hipotesis nol akan dinyatakan dalam kalimat

negatif, dan hipotesis alternative akan dinyatakan dalam kalimat positif (Sugiyono, 2009, p. 88). Berikut hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini:

H0: Penggunaan data dan visualisasi dalam berita tidak memberikan perbedaan terhadap tingkat kredibilitas berita.

Ha: Penggunaan data dan visualisasi dalam berita memberikan perbedaan terhadap tingkat kredibilitas berita

2.4 Alur Penelitian

Kemunculan media online memang memiliki beberapa keuntungan bagi khalayak seperti akses dalam mencari berita menjadi lebih mudah tanpa ada hambatan jarak, masyarakat dapat menghasilkan sebuah berita, informasi atau opini, lebih mudah menyampaikan kritik dan saran dengan akses yang lebih mudah, khalayak dapat membantu proses jurnalistik dengan menyampaikan informasi tambahan melalui foto dan media lainnya, khalayak juga dapat melakukan verifikasi diantara media lainnya untuk mengonfirmasi informasi (Flew, 2014, p. 108).

Diantara keuntungan yang dimiliki oleh khalayak, saat ini muncul permasalahan yang mendorong media online untuk menjadi yang tercepat dalam memberikan informasi. Adanya dorongan tersebut merubah kegiatan media online untuk menghadirkan berita dengan cepat, pendek, dan singkat (Utami, 2017, p. 44). Walaupun media online saat ini dapat menyebarkan informasi dengan cepat, akan tetapi ada aspek yang hilang dalam kecepatan tersebut yaitu akurasi dan

kelengkapan berita. Hal tersebut terbukti dengan hal yang telah disampaikan Romli di dalam bukunya. Setidaknya terdapat enam jenis pelanggaran yang dilakukan media online dalam pemberitaannya seperti, tidak melakukan konfirmasi atas informasi yang diberikan, berita yang diunggah dalam situs dianggap tidak memiliki akurasi, penulisan berita masih bercampur antara fakta dan opini (Romli, 2012, p. 156).

Peneliti mengidentifikasi masalah-masalah empiric yang menarik perhatian dan mencoba dirumuskan menjadi rumusan masalah penelitian. Penelitian ini berusaha untuk meneliti perbedaan dari kredibilitas berita media online yang tidak menggunakan data dan berita yang menggunakan data menurut khalayak media. Berita media online yang akan dibagi menjadi dua bagian yaitu, berita tanpa data dan berita dengan data. Berita tersebut dibagi menjadi dua kategori karena inti utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji kredibilitas dari jurnalisme data. Jurnalisme data sendiri merupakan sebuah produk jurnalistik yang dirasa dapat menyampaikan berita dengan lebih menyeluruh dan dengan cepat menemukan inti permasalahan karena didampingi oleh analisis serta data (Gray, Bounegru, & Chambers, 2012, p. 3).

Jurnalisme data juga dapat memberitakan peristiwa sesuai dengan apa yang terjadi tanpa dipengaruhi oleh persepsi atau opini penulis di dalamnya. Sehingga untuk kategori jurnalisme data, penulis kembali membagi menjadi tiga bagian besar yaitu, berita dengan data tanpa visualisasi, berita dengan visualisasi data,

serta berita dengan visualisasi data dan video. Secara total, peneliti akan mengujikan empat artikel berita dengan pembagian yang telah disebutkan.

Khalayak tentu dapat memilih untuk dapat menerima informasi sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan apa yang mereka inginkan. Isi pemberitaan media hanya dapat dinilai oleh khalayak sendiri karena mereka yang lebih memahami kebutuhan informasi yang seharusnya diberikan oleh media (West & Turner, 2013, p. 20) . Maka dari itu, berita jurnalisme data dan berita yang tidak memberikan data akan dinilai sendiri oleh masyarakat menggunakan dimensi kredibilitas berita media daring yaitu, *Believability*, *Accuracy*, *Trustworthiness*, *Bias*, dan *Completeness*.

Kredibilitas yang akan diukur dalam penelitian ini tidak berfokuskan kepada media yang membuat artikel tersebut tapi akan berfokus pada pesan dari sumber. Setelah semua data berhasil didapatkan, penelitian ini akan membandingkan kedua kategori berita tersebut untuk dapat melihat tingkat kredibilitas yang dimiliki. Sehingga hasil dari penelitian ini peneliti akan mengetahui perbedaan kredibilitas berita media online yang menggunakan data dan berita yang minim menggunakan data menurut khalayak media.

Tabel 2.1 Alur Penelitian

