

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam menjelaskan urgensi penelitian serta memperjelas celah penelitian, peneliti menggunakan tiga penelitian terdahulu yang relevan sebagai perbandingan dan sumber referensi dengan penelitian. Hasil penelitian mereka akan dijabarkan di dalam sub-bab ini.

Penelitian pertama yang dirujuk adalah artikel dari jurnal ilmiah yang dibuat oleh Tal Samuel Azran dan Tsahi Hayat. Penelitian mereka berjudul “*Online News Recommendations Credibility: The Tie is Mightier Than The Source*” yang diunggah pada *Media Education Research Journal* pada tahun 2019. Tujuan penelitian tersebut adalah mengetahui bagaimana kredibilitas berita yang disampaikan melalui layanan jejaring sosial atau *social networking sites* (SNS).

Pada penelitian mereka, Azran dan Hayat (2019) menggunakan teori/ konsep yang digunakan adalah teori pencari informasi dan kredibilitas informasi. Penelitian mereka juga menjelaskan pengaruh antara sumber informasi dan kebenarannya pada media tradisional dengan SNS. Sebagai pencari informasi, latar belakang dan prestasi jurnalis dalam membuat dan mengelola informasi juga dapat dilihat sebagai faktor yang memengaruhi kredibilitas berita

Penelitian Azran dan Hayat (2019) menggunakan metode kuantitatif eksperimen, di mana peneliti melakukan eksperimen kepada 217 pengguna aktif Facebook yang merupakan warga negara Israel dan mahasiswa internasional di sebuah perguruan tinggi swasta di Israel. Untuk mengetahui item kredibilitas, peneliti menggunakan konsep kredibilitas Flanagin dan Metzger (2007) yang membahas tentang lima item alat ukur kredibilitas. Sama halnya dengan penelitian ini, peneliti juga menggunakan konsep yang sama untuk mengetahui tingkat kredibilitas.

Penelitian tersebut juga menggunakan konsep pencari informasi tambahan dengan menggunakan alat ukur, yaitu mencari informasi untuk mendukung masalah pribadi, mencari informasi untuk mendukung sisi lain dari masalah, mencari informasi untuk memberikan pandangan netral atau seimbang dari masalah, mencari opini untuk mendukung masalah pribadi, serta mencari opini untuk mendukung sisi lain dari masalah. Alat ukur tersebut dihitung menggunakan skala Likert.

Hasil penelitian Azran dan Hayat (2019) menunjukkan kekuatan ikatan sosial antara pembagi item berita dan penerimanya memediasi efek persepsi kredibilitas tentang sumber berita, dan kredibilitas item yang dirasakan, serta kemungkinan mencari informasi tambahan mengenai topik yang disajikan dalam item yang dibagikan.

Relevansi penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti kembangkan adalah samanya penggunaan metode kuantitatif dengan cara eksperimen, serta dengan menggunakan konsep kredibilitas informasi menurut Flanagin dan Metzger. Akan tetapi, pada penelitian terdahulu membahas topik kredibilitas berita yang disiarkan melalui SNS, sedangkan pada penelitian ini membahas kredibilitas media dan kepercayaan terhadap media *online* dan website informasi yang berasal dari jurnalis warga.

Menurut peneliti, dengan meneliti perbedaan tingkat kredibilitas serta tingkat kepercayaan terhadap media *mainstream* dan kanal khusus jurnalis warga belum pernah dilakukan sebelumnya, sehingga dapat menjadi sebuah kebaruan penelitian.

Penelitian kedua merupakan artikel ilmiah yang berjudul “*The Origins of Media Trust in A Young Democracy*” yang dibuat oleh Cedimir Markov dan Young Min dari Universitas Korea dan dipublikasikan pada tahun 2020.

Penelitian Markov & Min (2020) ini menggunakan konteks tren menurunnya kepercayaan media sangat mengkhawatirkan bagi negara-negara demokrasi muda di mana media berita diharapkan untuk melakukan peran yang menentukan dalam mempromosikan demokrasi. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian tersebut adalah menganalisis sumber kepercayaan publik pada media berita di Serbia.

Teori atau konsep yang digunakan dalam penelitian Markov dan Min (2020) adalah konsep kepercayaan terhadap media, konsep lingkungan media dan persepsi

publik terhadap media berita, dalam hal ini subjek penelitian mereka merupakan warga negara Serbia.

Lalu, penelitian Markov & Min (2020) juga membahas tentang persepsi kerja jurnalistik dan kepercayaan terhadap media. Jurnalis akan sangat membantu untuk memeriksa faktor kinerja kepercayaan media dalam kaitannya dengan berbagai manfaat yang diharapkan warga terhadap media. Jurnalis juga berperan sebagai penyebar informasi politik yang relevan kepada warga untuk membantu mereka dalam membuat keputusan yang terinformasi secara netral dan obyektif.

Metode yang digunakan dalam penelitian Markov dan Min (2020) adalah kuantitatif dengan menggunakan survei secara *non-probability* berdasarkan situs website. Sampel pada penelitian mereka sebanyak 200 pengguna internet di Serbia. Peneliti juga menambahkan beberapa variabel kontrol pada survei yang diberikan, seperti kepercayaan umum, eksposur media berita tradisional dan internet, kepentingan politik, sikap ideologis, ekstremitas ideologis, kepercayaan politik, dan demografi.

Markov dan Min (2020) menggunakan beberapa konsep sebagai alat ukur, yaitu kepercayaan media, sikap populis, dan persepsi publik terhadap kerja jurnalis. Mereka menggunakan alat ukur yang dikemukakan oleh Kohring dan Matthes (2007) untuk mengetahui kepercayaan media. Lalu, untuk sikap populis pada media diukur dengan dibagikan di antara populis, terlepas dari arah ideologis masing-masing.

Hasil penelitian Markov dan Min (2020) menunjukkan dukungan terhadap populisme tidak secara signifikan memprediksi kepercayaan pada media berita secara umum setelah mengontrol faktor-faktor yang relevan. Namun, sikap populis ditemukan terkait dengan tingkat kepercayaan yang dimiliki warga terhadap berbagai jenis media berita. Analisis tersebut juga mengungkapkan bahwa semakin banyak warga Serbia menganggap media berita berhasil melakukan peran interpretatif dan mobilisasi, semakin besar kepercayaan yang mereka berikan pada media.

Relevansi penelitian terdahulu kedua ini dengan penelitian yang akan peneliti kembangkan adalah dapat memahami bagaimana *trust in news media* atau kepercayaan masyarakat terhadap media dapat menjadi faktor kredibilitas sebuah media. Menurut peneliti, penelitian dapat memberikan kebaruan pada penelitian Markov dan Min (2020). Sebab, penelitian sebelumnya hanya membahas pengaruh jurnalis profesional terhadap produk jurnalistik yang dihasilkan di media *mainstream*. Oleh karena itu, kebaruan dalam penelitian ini adalah dengan membahas kepercayaan pembaca terhadap jurnalis warga yang menuliskan informasi jurnalistik, dalam kasus ini adalah kanal *Tempo Witness*.

Penelitian ketiga merupakan skripsi dari Bayu Adji Prihamanda dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta. Penelitian berjudul “Proses Penyajian Jurnalisme Warga Pada Rubrik Indosiana Koran *Tempo*” yang dibuat pada tahun 2016. Tujuan dari penelitian tersebut adalah

mengetahui kredibilitas praktik jurnalisisme warga di media massa dan melihat bagaimana *Tempo* sebagai media massa menyajikan dan memberi ruang khusus untuk hasil karya jurnalistik dari jurnalis warga.

Pada penelitian Prihammanda (2016) ini, teori/ konsep yang digunakan adalah media massa, surat kabar, Indonesiana, jurnalisisme warga, dan proses penyajian, dalam hal ini penyajian berita dari reporter hingga proses penerbitan konten di media massa. Hasil penelitian menunjukkan proses penyajian jurnalisisme warga pada Rubrik Indonesiana Koran *Tempo* pada dasarnya sama dengan proses penyajian berita secara umum. Hal yang membedakan adalah informasi yang ditampilkan di rubrik Indonesiana berasal dari warga. Tahapan proses penyajian jurnalisisme warga pada rubrik Indonesiana adalah integrasi versi cetak dan online Koran *Tempo*, verifikasi pengguna, pemilihan topik, seleksi, penyuntingan, tata letak, dan verifikasi akhir.

Relevansi penelitian Prihammanda (2016) dengan penelitian yang peneliti buat adalah penelitian ini membahas bagaimana proses penyajian hasil karya jurnalistik oleh jurnalis warga pada media cetak *Tempo*. Keunikan dari penelitian yang akan dibuat peneliti adalah menggambarkan tingkat kepercayaan dari hasil karya jurnalistik jurnalis warga di *platform* media online *Tempo (Tempo Witness)*.

Berikut di bawah ini tabel perbandingan antar penelitian terdahulu yang dapat mempermudah dalam membandingkan antar penelitian, yaitu:

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

	Peneliti I	Peneliti II	Peneliti III
Judul Penelitian	<i>Online News Recommendations Credibility: The Tie is Mightier Than The Source</i>	<i>The Origins of Media Trust in A Young Democracy</i>	Proses Penyajian Jurnalisme Warga Pada Rubrik Indosiana Koran <i>Tempo</i>
Teori/ Konsep	Teori pencari informasi Teori kredibilitas informasi	Konsep kepercayaan terhadap media Konsep lingkungan media Konsep persepsi publik terhadap media berita	Teori media massa Konsep surat kabar Teori jurnalisme warga Konsep produksi berita
Hasil	Ikatan sosial antara pembagi item berita dan penerimanya memediasi efek persepsi kredibilitas tentang sumber berita, dan kredibilitas item yang dirasakan, serta kemungkinan mencari informasi tambahan.	Semakin banyak warga Serbia menganggap media berita berhasil melakukan peran interpretatif dan mobilisasi, semakin besar kepercayaan yang mereka berikan pada media	Proses penyajian jurnalisme warga pada Rubrik Indonesiana Koran <i>Tempo</i> pada dasarnya sama dengan proses penyajian berita secara umum. Hanya sumber berita yang berbeda, yaitu dari masyarakat.
Relevansi	Penggunaan metode kuantitatif dengan cara eksperimen, serta menggunakan konsep kredibilitas informasi menurut Flanagin dan Metzger	<i>Trust in news media</i> atau kepercayaan masyarakat terhadap berita di media dapat menjadi faktor kredibilitas sebuah media	Proses penyajian hasil karya jurnalistik oleh jurnalis warga pada media <i>Tempo</i>

Sumber: hasil olahan peneliti

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Jurnalisme Warga

Kemudahan dan kemajuan teknologi sekarang membuat siapa saja bisa membuat dan menyebarkan informasi dengan cepat. Arus informasi yang deras membuat jurnalisme mempunyai genre baru, yaitu jurnalisme warga atau *citizen journalist*. Menurut Mochamad Riyanto (dalam Hendriana et. al, 2012, p. 92) keberadaan *citizen journalist* dapat menambah dan mempengaruhi partisipasi publik dalam menentukan arah berita. Nugraha (2012, pp. 19-20) merumuskan unsur-unsur sebagai jurnalis warga. Masyarakat atau warga biasa yang menjadi jurnalis warga, bukan berasal dari kalangan wartawan profesional. Jurnalis warga membuat produk jurnalistik yang terkait dengan fakta atau peristiwa yang terjadi di lapangan.

Untuk membuat produk jurnalistik, seorang jurnalis warga dituntut mempunyai kepekaan dan rasa keingintahuan yang tinggi atas fakta atau peristiwa, serta memiliki peralatan teknologi informasi yang memadai. Jurnalis warga juga dituntut untuk memiliki kemampuan menulis atau melaporkan sebuah peristiwa, dengan rasa semangat dalam membagikan informasi. Dalam membagikan atau menayangkan produk jurnalistik yang dibuat, seorang jurnalis warga perlu memiliki blog pribadi atau blog sosial, serta sering menggunakan media tersebut. Jurnalis warga diharapkan tidak berharap imbalan atas apa yang dihasilkan (Nugraha, 2012, pp. 19-20).

Citizen journalist juga memiliki bekal kerja ketika melakukan peliputan. Ada 17 bekal kerja sebagai wartawan yang diungkapkan oleh Luwi Ishwara dalam Pepih Nugraha (2012, p. 75). Bekal kerja itu mencakup naluri berita; observasi; keingintahuan; mengenal berita; menangani berita; ungkapan yang jelas; kepribadian yang luwes; pendekatan yang sesuai; kecepatan; kecerdikan; teguh pada janji; daya ingat yang tajam; buku catatan; dan berkas catatan atau referensi.

Salah satu dan hal yang paling penting yang harus dimiliki oleh jurnalis warga adalah *nose for news* atau naluri penciuman berita. Artinya bagi masyarakat sebagai jurnalis warga dituntut memiliki ketajaman dalam mencium berita dari segala aspek. Dari sisi nilai berita, kepentingan hingga menarik atau tidak berita yang dibuat.

Sebelum masuk dalam proses penulisan berita, *citizen journalist* harus melakukan beberapa langkah, seperti melakukan riset, mulai dari peralatan yang digunakan hingga riset yang digunakan untuk konten berita. Selanjutnya, mencari atau membangun media yang dapat menampung konten yang sudah dibuat. Setelah itu, jurnalis warga dapat memulai proses menemukan sumber berita di lapangan dan mengolahnya untuk dipublikasikan, baik di blog pribadi, televisi, radio, hingga media *online* (Nugraha, 2012, pp. 89-92).

Dalam penulisan berita, jurnalis warga tetap memasukkan 5W 1H (*Who, What, Where, When, Why, How*) dalam setiap konten berita yang dibuat. Jurnalis warga juga dapat membuat berita dalam bentuk *hard news, soft news, feature*, foto,

video, dan lainnya. Lalu, dalam proses kerja sebagai jurnalis warga, disarankan untuk menghindari hal-hal yang tidak diperkenankan untuk dituliskan pada setiap informasi. Paul Johnson (dalam Pepih Nugraha 2012, p. 107) mengungkapkan ada tujuh kesalahan besar yang sering dilakukan oleh media *mainstream*, seperti penyimpangan informasi yang disampaikan kepada publik, dramatisasi fakta, serangan privasi kepada narasumber maupun orang-orang tertentu, pembunuhan karakter, eksploitasi seks, mencemari pikiran anak, serta penyalahgunaan kekuasaan sebagai jurnalis.

Peneliti menggunakan konsep jurnalisme warga untuk menggambarkan apa yang harus dilakukan dalam proses produk jurnalistik dari pembuatan ide, peliputan di lapangan, hingga menerbitkan atau menyalurkan produk jurnalistik yang dibuat. Selain itu menggambarkan etika seorang jurnalis warga juga diatur, seperti jurnalis utama.

2.2.2 Kredibilitas Media

Saat ini banyak orang sudah menggunakan internet untuk memenuhi berbagai kebutuhan, salah satunya kebutuhan mendapatkan informasi. Pada tahun 2015, data tentang tujuan masyarakat menggunakan internet yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan sebanyak 73,5 persen masyarakat menggunakan internet untuk mengakses berita dan informasi (Badan Pusat Statistik, 2016).

Banyaknya masyarakat yang mengakses informasi dan berita membuat media terus menerus memproduksi berita. Hal ini menyebabkan derasnya informasi di internet. Akan tetapi, tidak meratanya editorial pada setiap informasi yang disampaikan oleh media meragukan atau sulit dinilai. Keadaan ini dapat memengaruhi persepsi pengguna pada kredibilitas media tersebut (Flanagin & Metzger, 2000, p. 517).

Dalam membahas kredibilitas sebuah media, merupakan kepercayaan sumber atau pesan, yang terdiri dari dua dimensi utama, yaitu kepercayaan dan keahlian. Seringkali kredibilitas serupa dengan kepercayaan, tetapi keduanya memiliki pengertian yang berbeda. Kredibilitas erat kaitannya dengan beberapa konsep, seperti kepercayaan, keandalan, akurasi, reputasi, kualitas, otoritas, dan kompetensi. Akan tetapi, beberapa dari konsep-konsep tersebut cenderung masuk ke dalam dimensi kepercayaan, seperti kepercayaan, reputasi, dan keandalan. Adapun konsep yang cenderung masuk ke dalam dimensi keahlian seperti akurasi, kualitas, otoritas, dan kompetensi (Flanagin & Metzger, 2008, p. 8).

Untuk mengukur kredibilitas pada suatu media, banyak faktor yang berbeda-beda yang dapat digunakan. Gaziano dan McGrath (1986, p. 454) yang menjabarkan kredibilitas media televisi dan surat kabar dapat diukur dari 12 faktor, antara lain adil (*fair*), tidak memihak (*unbiased*), menjelaskan keseluruhan cerita (*tell the whole story*), akurat, menghargai privasi orang termasuk narasumber, memperhatikan kepentingan orang lain, acuh pada kesejahteraan masyarakat,

memisahkan antara fakta dan pendapat, dapat dipercaya, peduli dengan kepentingan publik, faktual, dan memiliki wartawan yang terlatih. Namun karena pada subjek penelitian ini melihat wartawan yang tidak terlatih atau jurnalis warga, sehingga peneliti tidak menggunakannya.

Flanagin dan Metzger (2000, pp. 521-522) mengatakan ada lima dimensi kredibilitas media, yaitu *trustworthiness*, *bias*, *completeness*, dan *accuracy*. Peneliti menggunakan keempat dimensi dalam penelitian ini.

1. *Trustworthiness*

Kepercayaan terhadap media sering dikaitkan dengan konsep kredibilitas media dan kepercayaan media. Teori ini dikonseptualisasikan sebagai ketidakpercayaan, sinisme media atau skeptisisme media.

Kepercayaan media menggambarkan hubungan antara dua sisi, antara jurnalis dan media sebagai pembuat berita dengan masyarakat sebagai pembaca berita. Dalam kepercayaan media terdapat ketidakpastian, sehingga kredibilitas dari jurnalis dan media sangat penting untuk memahami sejauh mana masyarakat mempercayainya (Strömbäck, et al., 2020).

Seperti yang dijelaskan oleh Kohring (2019, p. 1) dalam Strömbäck, et al. (2020), pengguna media berita tidak memiliki sumber daya dan kemampuan untuk mengevaluasi secara menyeluruh keandalan berita. Persepsi terhadap kredibilitas media dengan demikian dapat dikonseptualisasikan sebagai petunjuk yang digunakan orang untuk

mengevaluasi kepercayaan mereka pada media. Inilah mengapa kredibilitas berita terkait erat dengan, dan sering dibahas secara bergantian dengan kepercayaan media berita.

Penelitian Newman et. al., (2019) dalam Strömbäck, et al. (2020), menetapkan bahwa tingkat kepercayaan media berbeda. Hal ini terkait pada apakah itu merujuk pada berita secara keseluruhan, berita yang digunakan orang, atau berita di media digital dan sosial.

Penelitian Daniller et al., (2017) dan Eberl (2019) dalam Strömbäck, et al. (2020) membuktikan kepercayaan terhadap media juga dipengaruhi dari rujukan yang tidak ditentukan atau sumber berita tertentu dan apakah itu mengacu pada berita siaran komersial versus layanan publik. Selain itu, kepercayaan media juga berpengaruh dari media nasional versus lokal, di media berita individu, dan di seluruh liputan topik yang berbeda. Dari penelitian ini, tingkat kepercayaan media tidak hanya dipengaruhi oleh kredibilitas jurnalis dan media saja, tetapi keberadaan dan penggunaa berita tersebut.

2. *Bias*

Bias dalam media diartikan sebagai penyimpangan fakta yang mengakibatkan informasi yang disampaikan menjadi sesat dan termanipulasi. Salah satu ciri-ciri media yang kredibilitas adalah media yang tidak bias.

Sebuah *website* teknologi bernama *AllSides* telah mengukur tingkat bias dari media arus utama raksasa di berbagai negara di dunia. Adapun 11 tolak ukur yang digunakan untuk mengukur bias di media seperti bahasa yang samar; klaim yang tidak terbukti; opini yang digiring menjadi fakta; mengedepankan sensasionalitas atau emosionalitas; umpatan; pembaca pikiran; informasi berupa cerita kejadian yang sebagian; cacat logika; lalai; kelalaian sumber atribusi; dan bias penempatan (Mastrine, n.d). Berikut adalah penjelasan secara singkat:

Bahasa yang samar, dramatis, dan sensasional sering digunakan oleh jurnalis untuk mencari rating, minat pembaca, mengaburkan pandangan pembaca, dan mencegah mereka dari mengetahui hal yang tepat tentang apa terjadi.

Seringkali dalam informasi yang disampaikan media terdapat klaim yang tanpa disertai bukti. Pernyataan yang tidak memiliki bukti banyak ditemui di judul berita dan di tubuh berita yang menyerupai fakta, tetapi tidak spesifik. Opini yang digiring jurnalis sebagai fakta juga dikatakan sebagai bias, sebab informasi tersebut ditulis berdasarkan pendapat/asumsi pribadi.

Berita yang mengandung sensasional dan emosional dapat dikategorikan sebagai bias media. Sebab, penyajian informasi dengan cara ini memberikan kejutan atau membuat kesan yang mendalam. Bahasa yang

sensasional seringkali mengorbankan keakuratan informasi, dengan menyesatkan realitas untuk memicu reaksi dari pembaca.

Mudslinging atau umpatan sering terjadi sebagai bias media. Jenis ini bias berupa serangan terhadap motif atau karakter seseorang dari konten berupa argumen atau ide mereka. Tujuannya untuk merusak reputasi orang yang dituju.

Mind reading atau pembaca pikiran merupakan jenis bias media sebab seorang penulis/jurnalis berasumsi tahu apa yang dipikirkan orang lain, atau berpikir bahwa cara mereka melihat dunia mencerminkan cara dunia sebenarnya. Tidak hanya itu, seringkali penulis/jurnalis hanya menuliskan sebagian dari keseluruhan cerita atau informasi. Tujuan dari adanya bias media ini agar mencegah pembaca dari mendapatkan cerita lengkap, dan mempersempit ruang lingkup pemahaman.

Logika yang cacat yang dilakukan penulis/jurnalis juga dikatakan sebagai bias media, sebab membuat kesalahan mengartikan pendapat orang atau sampai pada kesimpulan yang tidak dibenarkan oleh bukti yang diberikan. Bias media juga dapat berupa kelalaian yang dilakukan oleh penulis/jurnalis dengan memilih untuk tidak meliput berita tertentu atau menghilangkan informasi yang akan mendukung sudut pandang alternatif.

Pentingnya penamaan sumber pada setiap informasi yang diangkat oleh media agar tidak menimbulkan *bias*. Artikel yang informatif dan seimbang

harus memberikan latar belakang atau konteks cerita, termasuk sumber penamaan. Sama pentingnya dengan penempatan cerita dan sudut pandang, karena dapat mengungkapkan *bias* media dengan menunjukkan cerita atau sudut pandang mana yang dianggap paling penting oleh editor.

3. *Completeness*

Kelengkapan dalam pemberitaan menjadi salah satu dimensi kredibilitas, sebab pers disarankan untuk memberikan informasi pada pemberitaan yang lengkap, meliputi bukti-bukti, data, foto, video, hingga dokumen yang mendukung.

Kelengkapan informasi dalam berita penting untuk memenuhi kriteria dari akurasi berita. Jika media tidak membuat informasi yang lengkap, maka pembaca akan menerima pemahaman yang tidak lengkap akan suatu kejadian atau isu tertentu (Gunter, 1997, p. 41).

Kelengkapan sebuah berita dapat dinilai dari antisipasi penulis berita dengan memasukkan kemungkinan pernyataan yang muncul disertai dengan jawabannya. Selain itu, berita yang dimuat harus spesifik agar memudahkan pembaca dalam memahami peristiwa (Mencher, 2011, p. 43).

4. *Accuracy*

Akurasi atau ketepatan merupakan salah satu dimensi kredibilitas, sebab perlunya melakukan verifikasi terhadap informasi yang disampaikan

oleh media. Verifikasi dilakukan untuk menentukan ketepatan dan kebenaran informasi, sehingga tidak menimbulkan salah persepsi bagi pembaca.

Untuk mengetahui tingkat akurasi media dapat dilakukan dengan cara membandingkan informasi dengan sumber asli atau dengan membandingkan informasi yang dibuat antar media (Gunter, 1997, p. 39).

Mencher (2011, p. 30-33) menyebutkan enam hal terkait akurasi dalam berita yang dilakukan oleh media. Pertama, jika media melakukan kesalahan dalam menyampaikan informasi, maka media tersebut juga menyampaikan koreksi atas informasi tersebut. Kedua, penulis berita perlu memperhatikan penggunaan bahasa dalam menyampaikan informasi. Sebab sebuah berita harus dapat dibaca dan dipahami dalam segala situasi. Ketiga, *misspelling* berupa kesalahan pengetikan atau pengejaan. Keempat, *faulty headline* berupa ketidaktepatan antara judul dan isi informasi. Kelima, *misquotes, incorrect age, name, date, and location*, berupa kesalahan dalam pengutipan, penulisan umur, nama, tanggal, dan lokasi suatu peristiwa. Keenam, informasi yang disampaikan berasal dari observasi pihak pertama, yang menjadi penulis. Sebab, jika penulis berita mendapatkan informasi dari pihak pertama tidak bisa mengetahui jika terjadi kesalahan informasi yang dibuat.

5. *Believability*

Aspek *believability* merupakan salah satu dimensi kredibilitas media mengenai pembaca percaya atau tidak kepada berita di media tertentu.

Dimensi *believability* juga membahas pilihan media menjadi salah satu indikator pembaca percaya pada informasi yang disajikan (Flanagin & Metzger, 2000, p. 518)

Peneliti menggunakan teori kredibilitas media pada penelitian ini untuk mengetahui apa yang disebut sebagai kredibel dalam pemberitaan media, mengetahui faktor yang memengaruhi kredibilitas media, dan mengetahui cara mengukur tingkat kredibilitas media. Dari hal tersebut, peneliti dapat mengambil kesimpulan terkait kredibilitas media.

2.2.3 Trust in News Media

Kohring & Matthes (2007, pp. 239-240) menyatakan kepercayaan media terkait dengan pembaca yang percaya pada selektivitas topik; percaya pada selektivitas fakta; percaya pada akurasi; dan percaya pada penilaian jurnalistik dari media tersebut.

Percaya pada selektivitas topik dapat diartikan sebagai percaya pada topik yang disampaikan oleh media. Penerima atau pembaca percaya bahwa media berita akan fokus pada topik dan acara yang relevan. Percaya pada selektivitas fakta dapat diartikan sebagai percaya pada pemilihan fakta atau informasi latar belakang sehubungan dengan suatu topik yang dipilih oleh media.

Percaya pada akurasi dapat diartikan sebagai percaya pada akurasi fakta-fakta yang digambarkan dan dapat diverifikasi. Walaupun pengamatan sangat selektif dan klasifikasi menjadi "benar" atau "salah" tidak dapat ditentukan secara obyektif, tetapi akurasi memungkinkan klasifikasi standar menjadi "benar" dan "salah" karena dapat diverifikasi.

Percaya pada penilaian jurnalistik dari media tersebut dapat diartikan setiap media memiliki evaluasi atas acara atau informasi yang disampaikan. Komentar, saran, dan penilaian juga dapat menjadi bahan pertimbangan media.

Peneliti menggunakan teori kepercayaan media untuk mengetahui apa yang disebut sebagai kepercayaan dalam pemberitaan media, mengetahui faktor yang memengaruhi kepercayaan terhadap media, dan mengetahui cara mengukur tingkat kepercayaan media.

2.3 Hipotesis Teoretis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Untuk menyusun hipotesis yang berbentuk sebuah pernyataan, peneliti menggunakan teori sebagai dasar perumusan. Dalam landasan teori, terdapat deskripsi teori dan kerangka berfikir. Jawaban sementara pada hipotesis didasarkan

pada teori yang relevan, dan belum didasarkan pada fakta-fakta hasil penelitian sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah (Sugiyono, 2018, pp. 90-99).

Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₀₁ : Tidak ada perbedaan yang signifikan tingkat kredibilitas media pada khalayak kanal *Tempo.co* dan *Tempo Witness*

H_{a1} : Ada perbedaan yang signifikan tingkat kredibilitas media pada khalayak kanal *Tempo.co* dan *Tempo Witness*

H₀₂ : Tidak ada perbedaan yang signifikan tingkat kepercayaan media pada khalayak kanal *Tempo.co* dan *Tempo Witness*

H_{a2} : Ada perbedaan yang signifikan kepercayaan media pada khalayak kanal *Tempo.co* dan *Tempo Witness*

2.4 Alur Penelitian

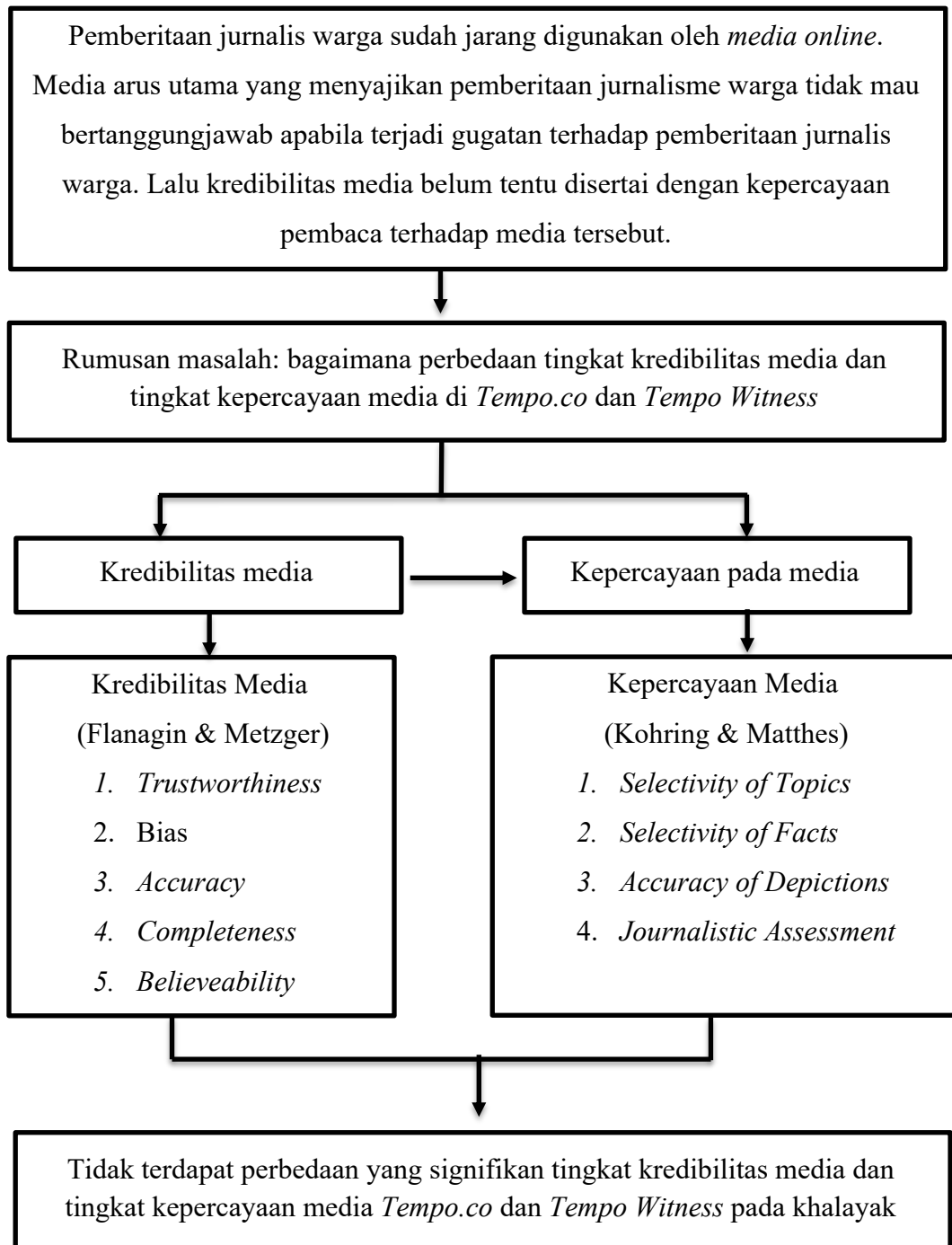
Kehadiran jurnalis warga di Indonesia sejak tahun 2004 membuat banyak media yang menggunakan jurnalis jenis ini untuk membantu produksi berita. Akan tetapi, satu hingga dua tahun yang lalu mulai jarang ditemukannya hasil karya jurnalis warga di *media online*.

Media *Tempo* yang telah didirikan pada tahun 1971, dalam beberapa penelitian terkait kredibilitas media menunjukkan hasil yang baik. Namun, *Tempo* pada akhir tahun 2019 membuat sebuah kanal khusus sebagai wadah pemberitaan jurnalis warga di seluruh Indonesia, yang bernama *Tempo Witness*.

Namun, menurut salah satu artikel Remotivi, media-media arus utama yang menyajikan pemberitaan jurnalisme warga tidak mau bertanggungjawab apabila terjadi gugatan terhadap pemberitaan jurnalis warga. Penelitian lain menyatakan kredibilitas media belum tentu disertai dengan kepercayaan pembaca terhadap media tersebut. Hal inilah yang menjadi dasar penelitian ini, yaitu mempertanyakan bagaimana kepercayaan masyarakat terhadap pemberitaan jurnalis warga (Ningtyas, 2014).

Akan tetapi pada konsep kredibilitas media, kepercayaan terhadap berita menjadi salah satu dimensi tolak ukur konsep tersebut. Sehingga dalam penelitian ini membahas perbedaan tingkat kredibilitas media dan tingkat kepercayaan berita di *Tempo.co* dan *Tempo Witness*.

Bagan 2.1 Alur Penelitian



Sumber: hasil olahan peneliti