

## **BAB II**

### **KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Untuk memudahkan penelitian, digunakan penelitian terdahulu sebagai acuan dan referensi. Penelitian terdahulu penting juga untuk dilakukan dan dijadikan sebagai tolak ukur untuk menghindari kesamaan penelitian ataupun meminimalisir terjadinya kesalahan yang sama. Peneliti telah mencari dan menemukan beberapa penelitian terdahulu dari skripsi sebelumnya dan ada empat buah skripsi yang akan peneliti gunakan sebagai penelitian terdahulu. Dan dari keempat skripsi tersebut memiliki relevansi tersendiri dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti.

##### **2.1.1 Penelitian terdahulu pertama**

Penelitian pertama merupakan skripsi dari Canggi Araliya Aprianti Ode dari Fakultas Dakwah dan Komunikas, Universitas Alauddin Makassar 2014. Penelitian ini berjudul “Kredibilitas Pemberitaan Pada Portal Berita Online Kompas.com (Suatu Studi Analisis Isi) (Ode, 2014).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kredibilitas dari sebuah berita yang ada pada media online Kompas.com. Ada 4 dimensi yang digunakan dalam penulisan ini yaitu *Accurasy*, dimensi *Believability*, dimensi Bias, serta dimensi *Completeness*.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan metode dokumentasi, yaitu penelitian yang hanya menggambarkan situasi, peristiwa, atau fenomena yang terjadi. Metode dokumentasi adalah suatu metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang diunggah di portal media Kompas.com, peneliti terdahulu menggunakan teknik sampel purposive. Untuk pengolahan data, peneliti terdahulu menggunakan aplikasi SPSS dengan submenu frequencies.

peneliti terdahulu juga memiliki tujuan yaitu untuk mendeskripsikan tingkat kredibilitas berita pada situs online Kompas.com. Yang meliputi dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), bias, dan kelengkapan berita (*completeness*). Penulisan ini memiliki manfaat yaitu manfaat akademis dan praktis.

Relevansi dengan penelitian peneliti yaitu adanya kesamaan dari segi judul, membahas mengenai kredibilitas dari sebuah berita online. Begitu pula dengan judul yang digunakan oleh peneliti, kredibilitas pemberitaan pada media, berbeda pada media yang akan diteliti. Peneliti akan menggunakan dua media berbeda, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan satu media. Media yang digunakan memiliki kesamaan yaitu Kompas.com. Penulis berharap dengan adanya penelitian terdahulu dari penelitian ini dapat membantu dan menunjang pengerjaan penelitian ini.

Kesimpulan yang diberikan peneliti terdahulu yaitu adanya kelengkapan dalam penulisan (5W+1H). Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa dari 100 berita hanya 8% berita yang unsur kelengkapannya tidak terpenuhi. Penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu bukan saran melainkan Implikasi Penelitian, di dalamnya ditulis bahwa memberikan rekomendasi pada portal berita Kompas.com untuk terus konsisten menjaga kredibilitas dalam setiap pemberitaannya. Dikatakan juga bahwa media Kompas bisa menjadi contoh atau panutan pada media lain agar lebih kredibel meskipun berbenturan dengan kecepatan dengan media lainnya.

Penelitian terdahulu ini juga menjadi rujukan yang bisa membantu penelitian yang sedang dilakukan karena peneliti terdahulu membahas media online Kompas, yang dimana bisa menjadi acuan untuk peneliti mendapatkan info yang lebih banyak dan lengkap, yang mungkin saja peneliti tidak mengetahui atau tidak paham. Kelebihan penelitian yang akan dilakukan juga peneliti menggunakan dua media *online* agar bisa menjadi pertimbangan bagi pembaca untuk menentukan berita dari media mana yang bisa lebih dipercaya.

### **2.1.2 Penelitian terdahulu kedua**

Penelitian terdahulu kedua ini adalah sebuah skripsi dari Rika Ni"matussholikhah, mahasiswa Universitas Lampung jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Penelitian ini berjudul "Keberimbangan Berita dalam Media Siber (Analisis Isi Berita Konflik Pilkada Lampung Periode Desember 2015 di Saibumi.com) (Ni"matussholikhah, 2017).

Peneliti merasa dari segi judul sudah ada sedikit kemiripan dengan judul peneliti karena adanya pembahasan mengenai media dan keberimbangannya dalam menyebarkan suatu berita di medianya. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi, metode ini juga menjadi metode yang peneliti gunakan dalam penelitian yang peneliti lakukan.

Peneliti terdahulu merasa bahwa dengan adanya media siber, terjadilah perubahan-perubahan dan kecepatan menjadi salah satu perubahannya. Oleh karena kecepatan yang berubah menjadi prioritas utama pada praktik jurnalisme, penulis merasa terjadi singgungan antara media siber dengan kaidah-kaidah jurnalistik yang ada.

Hal ini juga tentu dapat dimengerti karena bisa saja terjadi penyebaran berita yang belum tentu benar dan bisa jadi berita bohong atau hoax. Peneliti terdahulu mengambil sampel sebanyak 21 berita yang akan dianalisis dalam kurun waktu selama bulan Desember 2015. Media yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah saibumi.com dan menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Setelah itu peneliti terdahulu menggunakan uji validitas expert dengan uji reliabilitas antarkoder yang dikembangkan oleh Ole R Holsty.

Peneliti merasa bahwa penelitian yang ditulis oleh peneliti terdahulu akan sangat membantu dan berguna karena peneliti berencana akan menggunakan metode yang sama dan tentunya akan terasa lebih ringan

ketika memiliki referensi atau penelitian terdahulu yang juga sudah menggunakan metode ini. Dari hasil penelitian itu juga peneliti terdahulu menemukan beberapa hal yang berbeda, ada yang memiliki keberimbangan tinggi ada pula yang rendah, dan dipaparkan juga berapa berita yang masuk kategori baik dan kurang. Semuanya dijelaskan dengan jelas dan menggunakan metode yang tepat juga untuk mengerjakan penulisan ini. Peneliti terdahulu juga mengambil kesimpulan bahwa berita-berita yang ada pada saibumi.com sudah cukup berimbang namun masih ada beberapa yang belum berimbang.

Pada bagian kesimpulan, peneliti terdahulu menyimpulkan ada 4 kesimpulan dari penelitian tersebut. 4 poin tersebut merupakan beberapa jawaban dari pertanyaan penelitian pada bab 1, berupa;

1. Berita-berita di Saibumi.com sebagian besar cukup berimbang, namun masih terdapat di beberapa berita yang belum berimbang.

2. Pengamatan terhadap empat kelompok berita sesuai topik yang diangkat menunjukkan, terdapat tiga kelompok berita yang memiliki tingkat keberimbangan tinggi. Tiga kelompok berita tersebut antara lain Kasus Gugatan Broniz Terhadap Hasil Pilkada Bandar Lampung (8 berita), Konflik Hak Suara Narapidan (7 berita) dan Konflik Pilkada Pesisir Barat (3 berita)

3. Sementara, pada satu kelompok berita dengan tingkat keberimbangan rendah yaitu terkait Kasus Kerusakan Pilkada Lampung Tengah terdapat 3 berita.

4. Pengamatan terhadap beberapa kelompok berita menunjukkan, terdapat beberapa kategori keberimbangan yang sering muncul dan sering tidak dimunculkan pada berita-berita di Saibumi.com. Kategori keberimbangan yang sering muncul antara lain adalah jumlah pengutipan narasumber, keragaman latar belakang narasumber, kompetensi narasumber, evaluasi yang disajikan dalam berita, dan sisi peliputan yang ditampilkan. Ada juga kategori dari keberimbangan yang sering tidak ditunjukkan antara lain porsi pemberitaan masing-masing pihak dan porsi evaluasi yang diberikan kepada masing-masing pihak.

Ada juga saran yang diberikan dari peneliti terdahulu untuk penelitian ini, berupa;

1. Berita-berita di Saibumi.com harus lebih konsisten dalam menerapkan keberimbangan, mengingat bahwa Saibumi.com merupakan salah satu media siber dengan traffic tertinggi di Lampung.

2. Khalayak harus lebih cerdas dan berhati-hati dalam mencerna informasi dari media siber. Khususnya pada berita-berita di Saibumi.com, khalayak harus mengikuti perkembangan sebuah topik secara menyeluruh agar mendapatkan informasi yang utuh.

3. Sebagai upaya kontrol terhadap pelanggaran kaidah jurnalistik, khalayak dapat membuat laporan yang ditujukan kepada Dewan Pers selaku lembaga yang berwenang jika menemukan pelanggaran dalam berita-berita di media siber, khususnya Saibumi.com.

4. Dewan Pers perlu merinci waktu penerbitan berita pemutakhiran dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber.

5. Upaya literasi media perlu digalakkan, agar khalayak dapat lebih cerdas dalam mengonsumsi berita di media siber.

Relevansi dari Penelitian terdahulu dengan yang peneliti lakukan adalah lebih berfokus pada kredibilitas media yang menyiarkan berita terkait. Sampel berita yang dianalisis juga peneliti menggunakan lebih banyak agar lebih akurat dan lebih mewakili keseluruhan populasi berita yang ada.

### **2.1.3 Penelitian terdahulu ketiga**

Penelitian terdahulu ketiga dari skripsi milik Eka Aprilia mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang berjudul *Objektivitas Pemberitaan Pilkada Putaran Kedua DKI Jakarta 2017 Di Tribunnews.com dan Detik.com Periode 7 Maret – 20 April 2017* (Aprillia, 2019).

Penelitian ini terdapat beberapa hal yang serupa dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi yang merupakan pendekatan yang sama dengan peneliti. Di dalam penelitian ini menggunakan indikator yang sama sebagai tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hasil dari penulisan ini.

Pertanyaan dari penelitian ini ada 3, yaitu:

1. Seberapa besar tingkat objektivitas pemberitaan *Tribunnews.com* dalam memberitakan mengenai Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 putaran kedua?

2. Seberapa besar nilai per indikator yang terdapat pada skema objektivitas pemberitaan dalam *Detik.com* dalam memberitakan mengenai Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 putaran kedua?

3. Media manakah yang memiliki nilai objektivitas lebih tinggi?

Lalu ada juga tujuan penelitiannya untuk mengetahui tingkat objektivitas dari kedua media tersebut dan juga mengetahui media mana yang memiliki nilai objektivitas lebih tinggi. Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu peneliti terdahulu ini melakukan penelitian terhadap dua media agar mengetahui dan membandingkan bagaimana tingkat objektivitas kedua media dalam melakukan pemberitaan Pilkada DKI Jakarta putaran kedua.

Hasil dari penelitian terdahulu ini dibagi berdasarkan setiap dimensi yang digunakan untuk menilai berita yang dianalisis dan kemudian diberikan kesimpulan akhir. Hasil dari penelitian terdahulu ini adalah:

1. Dimensi kebenaran yang terdapat 3 buah indikator yaitu factual, kebenaran, dan kebenaran. Dalam satu dimensi ini dapat disimpulkan bahwa *Tribunnews.com* lebih menggunakan fakta psikologis seperti opini narasumber, segi penulisan berita yang akurat dan beberapa hal kelengkapan untuk suatu berita cukup lengkap.



2. Dimensi relevansi yang hasilnya adalah pemberitaan kedua media cukup proporsional antara topik dan isinya. Meski belum sempurna bisa melakukan hal serupa pada seluruh beritanya, tetapi terbukti dari hasil kedua media yaitu *Detik.com* memiliki nilai 5% dan *Tribunnews.com* 13,51%.

3. Dimensi netral yang dibagi menjadi dua indikator yaitu non-evaluatif dan non-sensasional. Pada dimensi ini menjelaskan bahwa kedua media tersebut menjunjung tinggi nilai non-evaluatif karena opini dari wartawan bisa memberikan dampak yang cukup serius dan merugikan media tersebut juga. Lalu indikator kedua yaitu non sensasional memiliki hasil dari *Detik.com* nilai non-sensasional sebesar 95% dan *Tribunnews.com* dengan nilai 89,20%.

Oleh karena itu, hasil dari kedua media ini adalah cukup baik dan objektif meskipun belum mencapai nilai objektivitas dengan sempurna dan masih harus lebih ditingkatkan lagi keberimbangannya agar kedua media bisa lebih baik lagi dan tidak merugikan pihak tertentu.

Penelitian ini juga banyak membantu peneliti dalam mengerjakan karena banyak informasi baru yang peneliti dapatkan. Seperti informasi mengenai *coder* serta rumus yang akan digunakan. Peneliti sangat terbantu karena masih banyak yang peneliti belum pahami, namun dengan adanya penelitian terdahulu ini peneliti jadi lebih mudah dalam mengerjakan penelitian ini.

Perbedaan dari penelitian ini adalah menggunakan objektivitas, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan sekarang adalah kredibilitas.

Pada saat mengerjakan pertama, peneliti banyak melakukan kesalahan karena ada kerancuan antara kredibilitas dan objektivitas. Selain itu juga, peneliti juga ingin mengembangkan atau mencari tahu bagaimana kredibilitas dari dua media yang bisa dibidang cukup besar dan banyak diketahui oleh banyak masyarakat. Ingin mengetahui lebih dalam juga mengetahui bagaimana masyarakat menerima berita yang disajikan oleh kedua media tersebut.

Relevansi antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah kedua penelitian sama-sama menggunakan teknik analisis ini dan adanya informasi yang membantu penelitian dari segi kerangka berpikir, alur penelitian atau bahkan sampai akhir penelitian. Peneliti juga akan mencari tahu lebih dalam mengenai makna dari kredibilitas menggunakan penelitian-penelitian lainnya dan menjadikan penelitian terdahulu ini sebagai bantuan karena adanya perbedaan judul antara kredibilitas dan objektivitas.

#### **2.1.4 Penelitian terdahulu keempat**

Penelitian terdahulu ini adalah skripsi Ilana Aninditya mahasiswa Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Skripsi ini berjudul “Kredibilitas Media di Mata Publik Mahasiswa” (Aninditya, 2014). Penelitian ini memiliki latar belakang bagaimana kredibilitas dari sebuah media yaitu media Kompas.com dan Viva.co.id.

Penelitian ini meneliti dua media yaitu Kompas.com dan Viva.co.id. Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana perbedaan kredibilitas media tersebut di mata publik mahasiswa? Tujuan penelitiannya adalah untuk mendapatkan gambaran mengenai kredibilitas media menurut persepsi mahasiswa sebagai pembaca dari situs media portal media online ini. Hal itu sebenarnya wajar untuk dipertanyakan atau dicari tahu karena bila tidak dicari tahu akan membuat orang jadi bingung akan kredibilitas dari media tersebut. Oleh karena itu, penelitian terdahulu ini memiliki tujuan, yaitu: Manfaat Akademis Penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan, dan berkontribusi untuk penelitian karya ilmiah selanjutnya yang berkaitan dengan situs portal berita online. Sementara untuk manfaat praktis Penelitian ini diharapkan dapat menemukan persepsi pembaca terhadap kredibilitas situs portal berita online nasional populer di Indonesi

Kerangka pemikiran disini juga dibagi menjadi beberapa bagian. Ada pembaca online sebagai audiens aktif, situs portal berita online sebagai bentuk Jurnalisme Kontemporer, Kualitas berita online, kredibilitas media. Oleh karena itu akan menjadi sangat penting untuk dibahas dan dicaritahu. Penelitian ini memakai metode kuantitatif. Penelitian ini juga membutuhkan survei untuk membuktikan penelitian ini berhasil atau tidak. Pada penelitian ini juga menggunakan teknik sampling karena tidak bisa mencapai keseluruhan populasi orang yang membaca berita online.

Teknik pengambilan sampel sendiri menggunakan rumus Slovin dan unit populasi harus diacak untuk mendapatkan sampel yang dibutuhkan. Setelah perhitungan yang dilakukan, dibutuhkan 181 mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada untuk menjadi responden. Ukuran sampel yang digunakan harus lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian (Roscoe, 1975, p. 11).

Metode yang digunakan penelitian data ini adalah angket atau kuesioner. Hasil dari penelitian ini dilanjutkan pada interpretasi untuk mencari makna dan implikasi yang lebih luas dari hasil-hasil penelitian. Setelah semua tahap selesai, penelitian akan berkembang menjadi laporan tertulis yang berisikan pembahasan hasil temuan penelitian yang mengacu pada generalisasi dari kredibilitas kedua media tersebut berdasarkan persepsi pembaca.

Hasil dari penelitian ini adalah media Kompas.com meraih nilai lebih tinggi dari Viva.co.id berdasarkan mean pada seluruh indikator kualitas berita dan tentunya kredibilitas kedua media. Selain itu juga Kompas.com lebih unggul dalam penggunaan media oleh public mahasiswa.

Pada dasarnya Kompas.com memiliki latar belakang yang berbeda dengan Viva.co.id, sehingga wajar saja persepsi kredibilitas public mahasiswa bisa berbeda. Kompas.com memiliki kredibilitas yang tinggi dan situs berita online tersebut memiliki kredibilitas sebaik media lain yang berada dalam naungan Kompas Gramedia Grup.

Berbeda dengan Viva.co.id memiliki latar belakang politik yang masih kurang dipercaya di mata public mahasiswa dan tertinggal jauh dari Kompas.com pada seluruh indicator kredibilitas media yang ditawarkan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu ini menyatakan menyimpulkan bahwa adanya dugaan kepentingan politik yang dipegang oleh Viva.co.id sehingga kredibilitasnya tergolong rendah.

Saran yang diberikan lebih condong kepada Viva.co.id untuk lebih banyak memperbaiki kredibilitasnya agar lebih dipercaya oleh mata public mahasiswa. Karena dengan adanya kredibilitas yang baik dan tidak ada kepentingan politik didalamnya tentu akan meningkatkan kredibilitas di mata public.

Kesimpulan dari penelitian terdahulu ini bisa menjadi rujukan untuk peneliti agar bisa lebih mengerti mengenai kredibilitas media baik dalam segi teori, konsep, maupun cara pengumpulan data dan lainnya. Menurut peneliti sendiri, penelitian terdahulu ini akan sangat membantu dan bisa juga dipertimbangkan untuk dilakukan penelitian lanjutan dari penelitian terdahulu ini. Oleh karena itu penelit mencoba untuk menggali lebih dalam lagi mengenai kredibilitas media.

Relevansi dari penelitian terdahulu adalah adanya perkembangan dalam penelitian yang sedang dijalankan dibandingkan dengan penelitian terdahulu karena melakukan analisis terhadap berita yang disiarkan oleh media tersebut, bukan dari subjektifitas masyarakat. Dengan analisis juga bisa lebih tepat sasaran mengenai berita dari media tersebut bisa dipercaya atau tidak.

**Tabel 1.1 Tabel Penelitian Terdahulu**

No.	Judul	Hasil	Relevansi
1.	Kredibilitas Pemberitaan Pada Portal Berita Online Kompas.com (Suatu Studi Analisis Isi)	Dari 100 sampel yang dianalisis, terdapat 8% berita yang tidak memenuhi syarat dari kredibilitas media. Meskipun dengan adanya 8% yang kurang kredibilitas masih ada 92% yang beritanya masih bisa dipertanggung-jawabkan dan pembaca harus lebih berhati-hati dalam memilih berita mana yang harus dipercaya.	Adanya kesamaan dari segi judul, membahas mengenai kredibilitas dari sebuah berita online. Begitu pula dengan judul yang digunakan oleh peneliti, kredibilitas pemberitaan pada media, berbeda pada media yang akan diteliti. Peneliti akan menggunakan dua media berbeda.
2.	Keberimbangan Berita dalam Media Siber (Analisis Isi Berita Konflik Pilkada Lampung Periode Desember 2015 di Saibumi.com)	Berita yang disajikan oleh Saibumi.com sudah cukup berimbang meskipun masih ada juga beberapa berita yang kurang memenuhi syarat dan masih ada kecenderungan terhadap suatu pihak.	lebih berfokus pada kredibilitas media yang menyiarkan berita terkait. Sampel berita yang dianalisis juga peneliti menggunakan lebih banyak agar lebih akurat dan lebih mewakili keseluruhan populasi berita yang ada.
3.	Objektivitas Pemberitaan Pilkada Putaran Kedua DKI Jakarta 2017 Di Tribunnews.com dan Detik.com Periode 7 Maret – 20 April 2017	hasil dari kedua media ini adalah cukup baik dan objektif meskipun belum mencapai nilai objektivitas dengan sempurna dan masih harus lebih ditingkatkan lagi keberimbangannya agar kedua media bisa lebih baik lagi dan tidak merugikan pihak tertentu.	Relevansi antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah kedua penelitian sama-sama menggunakan teknik analisis ini dan adanya informasi yang membantu penelitian dari segi kerangka berpikir, alur penelitian atau bahkan sampai akhir penelitian. Peneliti juga akan mencari tahu lebih dalam mengenai makna dari kredibilitas menggunakan penelitian-penelitian lainnya.
4.	Kredibilitas Media di Mata Publik Mahasiswa	Hasil dari penelitian ini adalah media Kompas.com meraih nilai lebih tinggi dari	Relevansi dari penelitian terdahulu adalah adanya perkembangan dalam

		Viva.co.id berdasarkan mean pada seluruh indicator kualitas berita dan tentunya kredibilitas kedua media. Selain itu juga Kompas.com lebih unggul dalam penggunaan media oleh public mahasiswa.	penelitian yang sedang dijalankan dibandingkan dengan penelitian terdahulu karena melakukan analisis terhadap berita yang disiarkan oleh media tersebut, bukan dari subjektifitas masyarakat. Dengan analisis juga bisa lebih tepat sasaran mengenai berita dari media tersebut bisa dipercaya atau tidak.
--	--	---	--

Sumber: Penelitian terdahulu

## 2.2 Teori dan Konsep

### 2.2.1 Kredibilitas Berita

Berita adalah produk jurnalistik yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk mengetahui informasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berita adalah catatan laporan mengenai kejadian peristiwa yang hangat. Berita itu sendiri berisikan tentang fakta dan opini yang akurat. Menurut Dje'far Assegaff dalam berita merupakan sebuah laporan tentang fakta atau ide yang terpilih oleh staff redaksi media untuk disiarkan kemudian dapat menarik perhatian pembaca (Juroto, 2004, p.47).

Peneliti menggunakan teori dari Flanagin dan Metzger menjadi acuan utama dalam penelitian ini. Terdapat banyak indikator yang dapat menunjang kredibilitas dari sebuah berita yang diberikan oleh media tersebut. Kredibilitas yang dimaksud adalah konsep multidimensional Flanagin dan Metzger yang meliputi akurasi (*accuracy*), dapat dipercaya (*believability*), bias, kelengkapan berita (*completeness*), dan Kepercayaan

(*trustworthiness*) (Metzger & Flanagin, 2000). Oleh karena itu, peneliti menggunakan kelima dimensi dalam penelitian ini.

### *1. Believability*

*Believability* merupakan salah satu dimensi yang berkaitan dengan sebuah berita dapat dipercaya atau tidak. Menjadi salah satu syarat juga dalam suatu berita yang kredibel. Biasanya kredibilitas dapat didefinisikan sebagai sebuah kepercayaan terhadap sumber media, tetapi bisa juga kredibilitas didapatkan dari kepercayaan terhadap suatu isi pesan atau konten yang disajikan dalam suatu media (Metzger & Flanagin, 2003).

### *2. Bias*

Bias juga menjadi salah satu indikasi dari tingkat kredibilitas sebuah media dan dapat dilihat apakah media tersebut memberitakan secara objektif atau tidak. Bias sendiri berarti simpangan atau membelokkan arah (KBBI).

Bias berita yang dibuat oleh media bisa juga diwakilkan oleh jurnalis yang ada sangkut-pautnya dengan suatu ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, atau bahkan karena agama dan ras tertentu (Eriyanto, 2011).

### *3. Accuracy*

Akurasi dalam penulisan berita juga menjadi salah satu indikator penting dalam tingkat kredibilitas suatu media. Terkait juga dengan ketepatan dalam sisi penulisan maupun informasi yang diberikan (Metzger & Flanagin, 2013, p. 213).



Sesuai dengan elemen-elemen jurnalistik dari Bill Kovach, akurasi atau kebenaran dari suatu berita juga harus dipertahankan agar masyarakat tetap percaya pada berita yang diberikan oleh suatu media (Kovach & Rosensthiel, 2001).

#### 4. *Completeness*

Kelengkapan berita bisa dilihat dari seberapa lengkap informasi yang diberikan dan unsur 5W+1H (*What, Who, when, Where, Why, dan How*). Serta bisa dilihat juga seberapa lengkap informasi yang selaras dengan judul serta dapat dipahami (McQuail D. , 1992, p. 197).

#### 5. *Trustworthiness*

*Trustworthiness* sendiri merupakan salah satu dimensi yang berkaitan erat juga dengan bagaimana pandangan masyarakat pada suatu media dapat dipercaya atau tidak (Metzger & Flanagin, 2003).

Selain itu, Metzger juga mengatakan bahwa tingkat kredibilitas suatu *web* akan berkurang jika tautan atau URL rusak dan jika terdapat lebih dari satu iklan di setiap halamannya (Metzger & Flanagin, 2003, p. 300). Reputasi juga menjadi satu hal yang menjadi bahan pertimbangan dan reputasi tersebut dapat dilihat dari media yang menjadi sponsor acara (Metzger & Flanagin, 2003, p. 301).

Teori yang ada juga akan digunakan sebagai acuan dalam menilai berita apakah bisa dipercaya atau tidak. Dalam menyajikan berita, media perlu menerapkan sembilan elemen jurnalistik menurut Bil Kovach dan Tom Rosenstiel, yaitu :

1. Kebenaran, kebenaran yang dimaksud adalah memberitakan suatu peristiwa atau kejadian sesuai dengan fakta yang ada. Fakta yang telah ada sudah terverifikasi benar adanya. Dalam membuat berita, wartawan bisa mendapatkan kebenaran dari hasil wawancara dengan narasumber, bertanya kepada orang yang terlibat langsung, dan mengutip sumber lain. Tidak lupa pula untuk memenuhi unsur 5W+1H.

2. Loyalitas, dalam prinsip jurnalisme bahwa prioritas utama wartawan adalah masyarakat. Kesetiaan kepada masyarakat adalah yang disebut dengan independensi dalam jurnalistik.

3. Disiplin Verifikasi, elemen ini diperlukan dalam membuat berita untuk menjamin akurasi berita yang disajikan oleh media tersebut. Dalam hal ini Kovach memiliki lima konsep inti yang membentuk landasan disiplin verifikasi, yang pertama adalah tidak pernah menambahi sesuatu yang tidak ada, dalam artian tidak mengarang atau membuat informasi yang sebenarnya tidak ada, yang kedua adalah, tidak menyesatkan audiens. Dalam hal ini sebagai pembatas bagi wartawan antara fakta dan fiksi. Yang ketiga adalah, bersikap transparan. Wartawan bertanggung jawab untuk bersikap terbuka dan jujur dengan informasi yang telah didapatkan. Yang keempat yaitu, mengandalkan hasil liputan sendiri, orisinalitas adalah nilai yang sangat penting dalam jurnalisme. Dan yang terakhir adalah bersikap rendah hati.

4. Independensi, artinya adalah tidak ada keberpihakan dalam memaparkan informasi untuk masyarakat. Independensi berkaitan dengan elemen yang kedua yaitu loyalitas. Dalam hal ini prioritas wartawan adalah masyarakat.

5. Pemantau kekuasaan, atau yang biasa disebut sebagai Watchdog. Pada dasarnya wartawan memantau fenomena-fenomena yang sedang terjadi dilingkungan masyarakat.

6. Menjadi forum bagi publik, maksudnya adalah jurnalisme sebaiknya menyediakan sebuah forum untuk kritik dan opini publik.

7. Menarik dan relevan, wartawan dituntut untuk dapat menyajikan informasi yang penting menjadi menarik untuk disajikan kepada khalyak dan relevan.

8. Komprehensif dan Proporsional, wartawan dituntut untuk menyampaikan fakta secara komprehensif dan proporsional, karena kedua hal tersebut adalah kunci utama untuk mencapai akurasi. Yang dimaksud dengan komprehensif adalah luas dan menyeluruh. Sedangkan yang dimaksud dengan proporsional adalah seimbang dan sebanding tidak tumpang tindih. Jadi informasi yang disajikan kepada khalayak berimbang dan detail.

9. Hati Nurani, setiap wartawan harus memiliki rasa tanggung jawab dan menjalankan sesuai dengan etika yang ada.

### **2.2.2 Media Online**

Martin Lister menamakan media baru saat ini sebagai media telematik yang disebut juga sebagai perangkat teknologi elektronik yang memiliki perbedaan dengan penggunaan yang jelas berbeda juga. Media ini kerap dijadikan ajang untuk menyebar kebencian atau berita *hoax*, bisa

dikatakan seperti itu karena penyebaran berita lebih cepat dan siapa saja bisa mengunduh berita kapanpun dan dimanapun ia berada (McQuail D. , 1987). Ada juga jenis-jenis media sosial dari Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein, yaitu *collaborative projects, blogs, content communities, social networking, virtual games worlds*, dan *virtual sosial worlds* (Haenlein, 2010).

Dalam hal ini, media online sudah menjadi asupan bagi orang-orang yang mengonsumsi berita sehari-hari. Tingginya keinginan untuk mendapatkan informasi dengan cepat. Dalam media online juga bisa dengan mudah memperbaiki kesalahan dalam berita, ada pula karakteristik dari media online, yaitu:

6. Kapasitas Luas
7. Informasi Lengkap
8. Tanggapan
9. Editing Naskah
10. Publikasi
11. Berita Basi
12. Cepat Terakses
13. Jangkauan Luas
14. Aktual
15. Pembaruan Berita
16. Interaktif
17. Tersimpan
18. Saling Terhubung
19. Konten Multimedia
20. *Link/Backlink*

Media online sudah menjadi bagian penting dari setiap orang pada zaman ini sehingga sangat penting bagi sebuah media untuk tetap memberikan informasi terbaik bagi masyarakat agar media juga tetap memiliki kredibilitas yang baik.

Media online juga sudah banyak sekali ada di Indonesia, ada lebih dari 43.000 portal berita dan akan terus bertambah seiring berjalannya waktu. Banyak sekali media besar dengan angka pembaca yang juga tidak sedikit kerap kali menyalahgunakan hal itu. Ada beberapa media yang tertangkap basah menyebarkan berita bohong atau tidak akurat, oleh karena itu kredibilitas media dalam menyebarkan berita harus sangat diperhatikan. Dalam penelitian ini juga akan berfokus pada dua media yang besar yaitu Kompas dan Wartakota.tribun.

Banyak orang dengan kepercayaan tinggi pada Kompas karena bisa dibayangkan Kompas sudah cukup lama berdiri di bidangnya, mulai dari media konvensional seperti televisi dan koran, sekarang sudah merambah ke media online. Kompas juga salah satu pionir dari media online yang pertama kali hadir di Indonesia pada 14 September 1995, dan pada awalnya bernama *Kompas Online* (Kompas, n.d.).

*Kompas.com* sendiri juga sudah memperoleh banyak penghargaan dari tahun 2010 sampai yang terbaru di 2019 dengan penghargaan sebagai “*Trusted Online Media*”. Oleh karena itu, banyak orang yang berpatokan pada *Kompas.com* sebagai media yang dirasa cukup kredibel oleh masyarakat luas (Kompas, n.d.).

Tak hanya itu saja, *Kompas.com* juga sering mendapat penghargaan seputar jurnalis dengan kategori jurnalis terbaik atau terpercaya. Contohnya adalah pada 2010 dan 2011 *Kompas.com* berhasil mendapatkan penghargaan “*Best in Social Media*”. Lalu ada juga pada 2014, *Kompas.com* juga mendapat penghargaan dengan kategori “*Great Performing Website (Category: News Portal)*”, yang berarti portal berita *Kompas.com* memiliki performa yang baik.

Kemudian pada 2015, *Kompas.com* mendapatkan penghargaan dari Kementerian Luar Negeri RI yaitu Terbaik Kategori A (Jurnalis/Media). Mulai dari tahun 2010, *Kompas.com* sudah mendapatkan 24 penghargaan dan kategori penghargaannya juga berbeda-beda.

Di balik kredibilitas *Kompas.com* yang sudah terdaftar di Dewan Pers, ada sosok koran Kompas yang sudah terlebih dahulu mendapatkan banyak penghargaan dalam bidang jurnalistik. Koran Kompas juga merupakan bagian dari PT Kompas Media Nusantara dan juga Kompas Gramedia ini sudah bertahan lebih dari 50 tahun atau lebih tepatnya 55 tahun dalam bidang jurnalistik dengan tingkat kredibel yang cukup tinggi dan memiliki slogan Amanat Hati Nurani Rakyat. Setelah beberapa tahun melayani pembaca Kompas dengan media cetak, pada akhirnya terbit juga dalam bentuk daring atau *online*.

Oleh karena itu juga jadi banyak orang yang mempercayakan *Kompas.com* untuk mencari pembenaran atas suatu berita. Biasa masyarakat juga akan lebih percaya ketika suatu informasi atau berita sudah dirilis oleh *Kompas.com*.

Berbeda dengan *Wartakota.tribunnews* ataupun dibedah satu persatu antara *Wartakota* dan *Tribunnews*, keduanya tidak ditemukan penghargaan yang pernah diberikan kepada keduanya seperti penghargaan yang diberikan kepada *Kompas.com*. Pada halaman “*About Us*” yang ada di *Kompas.com* dapat ditemukan sejumlah penghargaan yang pernah diraih oleh *Kompas.com*, menggunakan *Google.com* untuk mencari penghargaan yang diraih Kompas pun juga mudah, berbeda dengan *Wartakota.tribunnews.com* yang sulit sekali ditemukan atau bahkan kemungkinan tidak ada penghargaan yang pernah diraih.

Media daring atau *online* adalah media yang mengedepankan konsep interaktif yaitu ketika produsen dan konsumen dapat melakukan interaksi secara langsung, hal ini wajar disebut sebagai prosumen.

### **2.3 Alur Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui perbedaan tingkat kredibilitas yang ada di *Kompas.com* dan *Wartakota.tribunnews.com* dalam memberitakan berita tentang COVID-19. Pada saat seperti ini aka nada Sebagian orang yang akan mencari keuntungan sendiri, dan media bisa jadi salah satu cara untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan yang dimaksud bisa bermacam-macam, mulai dari finansial ataupun ketenaran. Media *online* yang sekarang sudah mudah sekali diakses, membuat banyak orang memanfaatkan keuntungan tersebut untuk suatu tujuan dan tujuan tersebut bisa merugikan banyak orang seperti menyebar berita *hoax*.

Kredibilitas berita memiliki peran penting agar pembaca tidak menerima informasi yang salah atau tidak benar, karena dengan menerima informasi yang salah bisa saja menjadikan opini baru karena kesalahan informasi tersebut. Terutama dalam hal ini adalah virus COVID-19 adalah pandemik yang terjadi di dunia sehingga akan sangat besar resikonya jika mudah percaya dengan setiap informasi yang di dapat.

Penelitian ini menggunakan teori dan konsep dari Flanagan dan Metzger dengan lima indikator yang ada yaitu Dipercaya, Bias, Akurasi, Kelengkapan Berita, dan Kepercayaan. Peneliti juga akan melakukan uji pada sampel yang akan ditentukan untuk mendapatkan skor pada masing-masing media apakah sudah cukup kredibel dan pembaca bisa memercayakan kedua media ini untuk mendapatkan informasi mengenai COVID-19.

Bila dilihat dari teori dan konsep, berdasarkan dari penjelasan mengenai indikator dari Flanagan dan Metzger, reputasi *Kompas.com* dan *Wartakota.tribunnews.com*, maka jawaban sementara dari penelitian ini adalah kredibilitas dari *Kompas.com* lebih terpercaya karena sudah menerima lebih dari 20 penghargaan dan salah satunya adalah kategori terbaik dalam jurnalistik pada 2015. Berbeda dengan *Wartakota.tribunnews.com* yang belum pernah mendapat penghargaan. Jawaban sementara dari penelitian ini adalah kredibilitas *Kompas.com* lebih besar dan lebih baik dibandingkan dengan *Wartakota.tribunnews.com* dalam memberikan informasi dan berita. Serta terdapat perbedaan yang signifikan pada tingkat kredibilitas dari kedua media tersebut.



Namun, pada akhirnya hal ini akan dibuktikan secara statistik dengan melakukan uji beda sehingga bisa mendapatkan hasil yang lebih akurat dan mendapatkan kesimpulan dari perbedaan tingkat kredibilitas pemberitaan COVID-19 di *Kompas.com* dan *Wartakota.tribunnews.com*.