



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

Penelitian terdahulu menjadi acuan bagi peneliti dalam membahas kredibilitas pemberitaan di portal media *online*. Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dijadikan acuan, kerangka yang digunakan adalah analisis isi, dengan penggunaan dimensi yang dapat mengukur kredibilitas media. Teori/konsep yang digunakan dalam 3 (tiga) penelitian terdahulu diambil dari *Perceptions of Internet Information Credibility* yang berasal dari Flanagin & Metzger (2000) yang menyatakan bahwa dalam media konvensional, proses verifikasi perlu dilakukan secara berulang sebelum disampaikan kepada publik. Penelitian ini juga menggunakan keempat dimensi yang dicetus oleh Flanagin dan Metzger untuk mengukur kredibilitas, yaitu dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), *bias*, dan kelengkapan (*completeness*).

Penelitian pertama dilakukan oleh Widodo (2012), yang memiliki judul penelitian “Kredibilitas Pemberitaan pada Portal Berita Online *Vivanews.com*”. Penelitian tersebut menjelaskan tentang kredibilitas pemberitaan dari portal *online* yaitu *vivanews.com*. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang digunakan serta dengan metode penelitian analisis isi. Analisis isi digunakan untuk menganalisis dan mendeskripsikan kredibilitas pemberitaan yang diunggah oleh *vivanews.com* selama periode 1 Mei 2012 hingga 31 Mei 2012. Berdasarkan data yang didapatkan oleh Widodo (2012), *vivanews.com* menempati peringkat 14 (empat belas) pada kategori “*the most frequently accessed sites*” di Indonesia dengan kenaikan 10% setiap bulannya. Dengan demikian, peneliti menggunakan periode tersebut untuk dianalisis.

Pertanyaan penelitian yang digunakan pada penelitian Widodo (2012) terdiri atas 4 (empat) pertanyaan, yaitu berkaitan dengan dimensi untuk mengukur kredibilitas. Pertama, untuk dimensi akurasi, pertanyaan yang digunakan adalah “Apakah terdapat kesesuaian isi berita yang mampu mendukung judul dan *lead*

berita?” Kedua, untuk dimensi dapat dipercaya, pertanyaan yang digunakan adalah “Apakah terdapat pencampuran fakta dan opini wartawan?” Ketiga, untuk dimensi *bias*, pertanyaan yang digunakan adalah cara jurnalis melaporkan berita, yaitu “Apakah berita bersifat objektif dan tidak terdapat kecenderungan / *predisposition*?” Keempat, untuk dimensi kelengkapan, pertanyaan yang digunakan dilihat dari kelengkapan unsur 5W + 1H, yaitu “Apakah berita telah memenuhi unsur penting pada berita?”

Populasi penelitian yang digunakan merupakan semua berita dalam situs *vivanews.com* selama periode Mei 2012. *Stratified sampling* merupakan teknik pemilihan sampel yang diaplikasikan. Ulya, Sukestiyarno, & Hendikawati (2018) menjelaskan bahwa *stratified sampling* adalah proses pengambilan sampel melalui pembagian populasi ke dalam strata, memilih sampel acak setiap stratum, dan menggabungkannya untuk menaksir parameter populasi. Strata dalam penelitian adalah berita yang bersifat *hard news* dan *soft news*, dengan total sampel sebanyak 62 (enam puluh dua) berita. Hasil penelitian kredibilitas pemberitaan pada portal *vivanews.com* dibagi ke dalam 4 (empat) dimensi. Pertama, dimensi akurasi dibagi ke dalam 2 (dua) hal yang diteliti, yaitu kategori kesesuaian dengan isi berita dan kategori ketelitian. Kategori kesesuaian isi berita memiliki nilai sebesar 87,1%, yang berarti bahwa berita yang diunggah oleh *vivanews.com* memiliki kesesuaian antara judul, *lead*, dengan isi berita. Kemudian, akurasi dalam kategori ketelitian memiliki nilai/hasil sebesar 54,8%. Kedua, dimensi dapat dipercaya juga dibagi ke dalam 2 (dua) hal, yaitu kategori *opinionative* dan kategori transparansi. Hasil kredibilitas berita pada dimensi *believability* dalam kategori *opinionative* memiliki nilai sebesar 9,7%, yang berarti sedikit ditemukan unsur opini penulis dalam pemberitaannya (cenderung tidak subjektif). Lalu, hasil dimensi *believability* dalam kategori transparansi memiliki nilai sebesar 98,4%. Ketiga, dimensi *bias* memiliki nilai sebesar 6,5%, yang berarti bahwa tidak banyak ditemukan kecenderungan penulisan berita yang berpihak terhadap pihak tertentu. Keempat, dimensi *completeness* yang diukur menggunakan kriteria 5W + 1H, didapatkan hasil bahwa portal *vivanews.com* telah mengedepankan kriteria tersebut dalam pemberitaannya.

Penelitian kedua dilakukan oleh Ode (2014) dengan judul “Kredibilitas Pemberitaan pada Portal Berita *Online Kompas.com* (Suatu Studi Analisis Isi)”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kredibilitas pemberitaan pada portal berita *online* yaitu *kompas.com*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Widodo (2012), yaitu dengan analisis isi dari berita *online kompas.com* pada periode 1 Juli 2014 hingga 31 Juli 2014. Kredibilitas menjadi aspek yang penting untuk dimiliki setiap perusahaan media. Akan tetapi, kemunculan media *online* yang membawa sejumlah keunggulan seperti halnya dalam aspek aktualitas justru membuat informasi atau data yang diberikan media menjadi kurang akurat dan belum verifikasi. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengukur kredibilitas dari berita *online kompas.com*.

Populasi penelitian yang digunakan yaitu berita yang diunggah berita *online kompas.com* selama 1 Juli 2014 hingga 31 Juli 2014. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan *purposive sampling*, dengan total sampel sebanyak 100 berita. Hasil penelitian kredibilitas pemberitaan pada berita *online kompas.com* dibagi ke dalam 4 (empat) dimensi. Pertama, dimensi akurasi dibagi ke dalam 3 (tiga) kategori yaitu kesesuaian judul dan isi, kesalahan penulisan, dan kategori kesesuaian foto dan isi. Hasil kredibilitas pada kategori kesesuaian judul dan isi sebesar 100%, kategori kesalahan penulisan sebesar 93% dan kategori kesesuaian foto dan isi sebesar 100%. Kedua, dimensi *believability* terbagi ke dalam 2 (dua) kategori yaitu *opinionative* (96%) dan transparansi sumber berita (91%). Ketiga, dimensi *bias* atau dalam hal *cover both side* sebesar 43%. Dimensi terakhir atau yang keempat adalah dimensi *completeness*, berkaitan dengan kelengkapan unsur berita sebesar 92%.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Kautsar (2016) dengan judul “Kredibilitas Pemberitaan pada Portal Detik.com (Analisis Isi Pemberitaan Portal Berita *Online*)”. Penelitian ini membahas tentang bagaimana kredibilitas pemberitaan pada berita *online detik.com*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian analisis isi. Populasi dari penelitian ini adalah berita yang diunggah *detik.com*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan *stratified*

sampling, yaitu mengklasifikasikan data yang menjadi populasi. Sampel penelitian berupa berita terkait “penjahat seksual dikebiri” dengan mengelompokkan berita *hard news* dan berita *soft news*. Hasil penelitian kredibilitas berita pada dimensi akurasi terbagi dalam 3 (tiga) kategori yaitu, pada kategori kesesuaian judul dan isi dengan persentase sebesar 91%, kesalahan penulisan yaitu sebesar 87,5%, dan kategori akurasi foto dengan isi sebesar 89%. Hasil pada dimensi *believability*, terbagi atas 2 (dua) kategori yaitu *opinionative* sebesar 89,3% dan kategori transparansi sumber berita sebesar 96%. Hasil pada dimensi *bias*, terkait *cover both side* sebesar 12,5%. Selanjutnya, hasil penelitian pada dimensi *completeness*, yaitu mengenai kelengkapan unsur berita dengan persentase sebesar 96,4%.

Penelitian keempat dilakukan oleh Khussari (2018) dengan judul “Kredibilitas Pesan pada Media Cetak Kompas dan Media Online TribunNews”. Penelitian ini ditujukan untuk melihat perbandingan penilaian audiens atau masyarakat terhadap media cetak Kompas dengan media *online tribunnews.com*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membaca media cetak Kompas dan media *online tribunnews.com*. Hasil dari penelitian ini menjelaskan kredibilitas dari masing-masing media dan perbandingan dari keduanya yang lebih dipercaya masyarakat sebagai media yang kredibel. Melalui survei kepada 272 responden terkait kredibilitas media, dalam dimensi *accuracy* indikator kelengkapan berita (*completeness*), 157 responden yaitu 57,72% setuju media cetak Kompas lengkap dan 124 responden, 45,59% setuju media *online tribunnews.com* juga memenuhi kelengkapan unsur 5W+1H. Indikator lainnya dalam dimensi *accuracy* adalah *trustworthiness* atau dapat dipercaya, yaitu 114 responden menyatakan 41,91% setuju dan 41,91% ragu-ragu terhadap media *tribunnews.com*. Sedangkan, 158 responden 58,09% setuju media cetak Kompas dapat dipercaya. Dalam dimensi *believability* pada indikator *honesty*, yang membahas kesesuaian antara topik berita dengan narasumber, hasil yang ditunjukkan audiens terhadap masing-masing media, yaitu Kompas dan

tribunnews.com, secara berturut-turut terdapat 166 responden atau 61,3% dan 118 responden atau 43,75% setuju telah sesuai.

Dimensi *fairness* pada kategori *cover both sides*, 166 responden atau 61,3% setuju Kompas netral dan 124 responden atau 45,59% setuju *tribunnews.com* tidak memihak dan memberitakan sesuai dengan fakta di tempat kejadian. Indikator lainnya dalam dimensi *fairness*, yakni *impartial*, yang membahas terkait adanya opini dalam konten berita. Total 120 responden atau 44,12% setuju Kompas tidak memuat opini sedangkan 141 responden atau 51,84% ragu-ragu terhadap *tribunnews.com*. Dimensi selanjutnya yaitu *bias*, pada indikator *proportional*, 129 responden 47,43% setuju berita Kompas netral dan adil sedangkan 142 responden 52,21% menyatakan ragu-ragu terhadap proporsi berita *tribunnews.com*. Indikator *bias* lainnya yaitu *subjective*, 140 responden 51,47% setuju berita Kompas tidak subjektif sementara 150 responden atau 55,15% ragu-ragu *tribunnews.com* memiliki berita dengan subjektivitas yang tinggi.

Dimensi kelima yaitu *sensationalism*, dilihat dengan indikator *blow up* dan *controversial*. Indikator *blow up* yaitu media membesar-besarkan berita, 131 responden 48,16% setuju Kompas tidak mendramatisasi berita sementara 121 responden atau 44,49% masih ragu-ragu apakah *tribunnews.com* men-dramatisasi berita atau tidak. Indikator *controversial* diartikan berita mengandung kontroversi dan isu, 129 responden atau 47,43% masih ragu-ragu apakah berita *tribunnews.com* memuat kontroversi atau tidak. Sedangkan, 134 responden atau 49,26% setuju berita Kompas tidak memuat kontroversi dan isu.

Apabila mengacu pada hasil penelitian, nilai mean pada seluruh alat ukur dimensi kredibilitas media, media cetak Kompas mendapatkan nilai sebesar 3,82. Hal tersebut menunjukkan angka yang lebih besar dibandingkan dengan nilai mean dari media *online tribunnews.com* yaitu sebesar 3,33. Dengan demikian, masyarakat mempercayai bahwa media cetak Kompas memiliki kredibilitas yang lebih baik ketimbang media *online tribunnews.com*. Kondisi ini dapat terjadi karena kedua media memiliki latar belakang dan jenis media yang berbeda,

dengan akurasi berita yang dimiliki media cetak tentu lebih tinggi karena adanya pengecekan ulang sebelum berita dicetak.

Berdasarkan ketiga penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widodo (2012), Ode (2014), dan Kautsar (2016) membuktikan portal berita *online* *vivanews.com*, *Kompas.com*, dan *detik.com* dapat dikatakan cukup kredibel pada dimensi tertentu. Berita *online* *vivanews.com* dan *Kompas.com* kredibel pada dimensi *believability*, *bias* dan *completeness*. Namun, kedua portal berita tersebut dinilai masih kurang kredibel pada dimensi akurasi (*accuracy*) karena masih ditemukan kesalahan penulisan pada *Kompas.com* dan masih kurang teliti serta kurang verifikasi pada *vivanews.com*. Sedangkan, portal *online* *detik.com* cukup kredibel dalam dimensi *accuracy*, *believability* dan *completeness*. Namun, dari segi dimensi bias, *detik.com* masih belum menerapkan *cover both sides* dalam pemberitaannya. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Khussari (2018), yang memiliki sudut pandang penelitian yang berbeda, yaitu dengan melakukan perbandingan antara kredibilitas media cetak Kompas dengan media *online* *tribunnews.com*. Penelitian ini menggunakan 5 (lima) dimensi kredibilitas Sundar, yaitu *accuracy*, *believability*, *fairness*, *bias*, dan *sensationalism*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa masyarakat lebih mempercayai media cetak Kompas sebagai media yang lebih kredibel dibandingkan media *online* *tribunnews.com*. Akan tetapi, masih terdapat kekurangan dari keempat penelitian terdahulu yaitu kurang *update*. Hal tersebut karena penelitian dilakukan di tahun 2012, 2014, 2016, dan 2018, sehingga berpotensi mengalami perbedaan hasil jika dilakukan penelitian lanjutan di tahun terkini.

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu	Penelitian 1 (Skripsi) 2012	Penelitian 2 (Skripsi) 2014	Penelitian 3 (Skripsi) 2016	Penelitian 4 (Skripsi) 2018
Judul Penelitian	KREDIBILITAS PEMBERITAAN PADA	KREDIBILITAS PEMBERITAAN PADA	KREDIBILITAS PEMBERITAAN PORTAL	KREDIBILITAS PESAN PADA MEDIA

	PORTAL BERITA ONLINE VIVANEWS.COM	PORTAL BERITA ONLINE KOMPAS.COM (Suatu Studi Analisis Isi)	DETIK.COM (ANALISIS ISI PORTAL BERITA ONLINE)	CETAK KOMPAS DAN MEDIA ONLINE TRIBUN NEWS
Penulis dan Institusi	Rachmat Widodo (Universitas Diponegoro)	Canggi Araliya Aprianti Ode (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)	Muhammad Noor Azis Kautsar (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)	Tjut Ramona Khussari (Universitas Brawijaya Malang)
Tujuan Penelitian	mendeskripsikan kredibilitas berita pada situs <i>vivanews.com</i>	mengetahui bagaimana kredibilitas pemberitaan pada berita <i>online Kompas.com</i> , yang meliputi dimensi <i>Accuracy</i> , dimensi <i>Believability</i> , dimensi <i>Bias</i> , serta dimensi <i>Completeness</i> .	mengetahui bagaimana kredibilitas pemberitaan pada berita <i>online detik.com</i> mengenai penjahat seksual dikebiri, yang meliputi dimensi <i>Accuracy</i> , dimensi <i>Believability</i> , dimensi <i>Bias</i> , serta dimensi <i>Completeness</i> .	mengetahui apakah adanya perbedaan penilaian audiens pada media cetak Kompas dan media online Tribun News
Rumusan Masalah	bagaimana kredibilitas pemberitaan pada portal berita <i>online vivanews.com</i>	bagaimana kredibilitas pemberitaan pada portal berita <i>online kompas.com</i> yang meliputi dimensi <i>Accuracy</i> , dimensi <i>Believability</i> ,	bagaimana kredibilitas pemberitaan pada portal berita <i>online detik.com</i> yang meliputi dimensi <i>Accuracy</i> , dimensi <i>Believability</i> ,	1. bagaimana perbandingan kredibilitas pesan antara media cetak Kompas dan media Online Tribun News? 2. media manakah yang

		dimensi <i>Bias</i> , serta dimensi <i>Completeness</i>	dimensi <i>Bias</i> , serta dimensi <i>Completeness</i>	dianggap audiens lebih kredibel?
Jenis dan Metodologi Penelitian	Analisis Isi, Kuantitatif Deskriptif	Analisis Isi, Kuantitatif Deskriptif	Analisis Isi, Kuantitatif Deskriptif	Metode Survei, Kuantitatif Deskriptif
Teori/Konsep	- Karakteristik Media Baru - Teori Dimensi Flanagin dan Metzger	- Jurnalisme <i>Online</i> - Kajian Teori Kredibilitas Media - Analisis Isi - Pemberitaan dalam Pandangan Islam	-Media <i>Online</i> -Jurnalisme <i>Online</i> -Berita -Kredibilitas Media -Analisis Isi -Islam dan Informasi	-Kredibilitas Media -Kredibilitas Pesan -Audiens -Media Cetak -Media Online
Hasil Penelitian	Accuracy - Kesesuaian isi berita : 87,1% - Ketelitian: 54,8% Believability - <i>Opinionative</i> : 9,7% - Transparansi: 98,4% Bias - <i>Cover both sides</i> : 93,5% Completeness - Kelengkapan unsur berita: 100%	Accuracy -Akurasi judul dan isi: 100% - Kesalahan penulisan: 7% - Akurasi foto dan isi: 100% Believability - <i>Opinionative</i> : 4% - Transparansi: 91% Bias - <i>Cover both sides</i> : 57% Completeness - Kelengkapan unsur berita: 92%	Accuracy - Akurasi judul dan isi: 91,1% - Kesalahan penulisan: 12,5% - Akurasi foto dan isi: 89,3% Believability - <i>Opinionative</i> : 10,7% - Transparansi: 96,4% Bias - <i>Cover both sides</i> : 12,5% Completeness - Kelengkapan unsur berita: 96,4%	Accuracy - <i>Completeness</i> <i>Kompas</i> : 57,72% setuju <i>Tribun News</i> : 45,59% setuju - <i>Trustworthiness</i> <i>Kompas</i> : 58,09% setuju <i>Tribun News</i> : 41,91% setuju & 41,91% ragu- ragu Believability - <i>Honesty</i> <i>Kompas</i> : 61,3% setuju <i>Tribun News</i> : 43,75% setuju Fairness - <i>Cover both</i>

				<p><i>sides</i> Kompas: 61,3% setuju Tribun News: 45,59% setuju</p> <p>-Impartial Kompas: 44,12% setuju Tribun News: 51,84% ragu-ragu</p> <p>Bias -Proportional Kompas: 47,43% setuju Tribun News: 52,21% ragu-ragu</p> <p>-Subjective Kompas: 51,47% setuju Tribun News: 55,15% ragu-ragu</p> <p>Sensationalism -Blow Up Kompas: 48,16% setuju Tribun News: 44,49% ragu-ragu</p> <p>-Controversial Kompas: 49,26% setuju Tribun News: 47,43% ragu-ragu</p>
--	--	--	--	--

<p>Kesimpulan dan Saran</p>	<p>Kesimpulan: Penelitian ini menunjukkan bahwa portal berita <i>online</i> <i>vivanews.com</i> kredibel secara dimensi <i>believability</i>, <i>bias</i> dan <i>completeness</i>. Namun, dalam dimensi akurasi portal <i>vivanews.com</i> kurang teliti dan kurang verifikasi.</p> <p>Saran: -</p>	<p>Kesimpulan: Penelitian ini menunjukkan bahwa portal berita <i>online</i> <i>kompas.com</i> kredibel. Namun, masih terdapat sedikit kesalahan penulisan dan berita yang subjektif dalam pemberitaannya.</p> <p>Saran: Portal <i>kompas.com</i> harus konsisten menjaga kredibilitas dalam setiap pemberitaan. <i>Kompas.com</i> harus meminimalisir terjadinya kesalahan penulisan.</p>	<p>Kesimpulan: Penelitian ini menunjukkan bahwa portal <i>detik.com</i> kredibel dalam dimensi <i>accuracy</i>, <i>believability</i> dan <i>completeness</i>. Namun, pada dimensi bias tidak adanya <i>cover both side</i> dalam pemberitaan mengenai penjahat seksual dikebiri sehingga <i>detik.com</i> kurang kredibel dalam menyajikan berita yang berimbang bagi masyarakat.</p> <p>Saran: Portal <i>detik.com</i> harus lebih meningkatkan kualitas pemberitaannya khususnya untuk hal <i>cover both sides</i>, karena pemberitaan yang hanya <i>one side issue</i> tidak</p>	<p>Kesimpulan: Penelitian ini menunjukkan bahwa media cetak <i>Kompas</i> (mean = 3,82) lebih kredibel dibandingkan media online <i>tribunnews.com</i> (mean = 3,33). dalam setiap dimensi dimata audiensnya, khususnya pada dimensi <i>sensationalism</i> yaitu berita <i>Kompas</i> tidak didramatisasi ataupun memuat kontroversi dan isu.</p> <p>Saran: Portal online <i>tribunnews.com</i> harus meningkatkan kualitas beritanya dan memperhatikan dimensi lainnya, seperti <i>believability</i>, <i>fairness</i> dan <i>bias</i> agar kredibilitasnya lebih baik.</p>
-----------------------------	---	---	---	---

		Kredibilitas portal kompas.com juga patut dijadikan contoh bagi media <i>online</i> lainnya untuk tetap mengedepankan kredibilitas dalam pemberitaannya meskipun dituntut untuk menyajikan berita secara cepat.	memberikan kesempatan bagi pihak terlibat untuk menyampaikan pendapatnya akibatnya berita jadi tidak berimbang.	Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dengan variabel atau dimensi lain.
--	--	---	---	---

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

2.2. Teori dan Konsep

Pada bagian ini akan dijelaskan terkait teori-teori atau konsep utama terkait dengan topik penelitian yang digunakan. Penelitian ini meneliti tentang kredibilitas pemberitaan pada portal *tribunnews.com*, maka peneliti menggunakan beberapa teori/konsep terkait dengan topik, seperti media online, jurnalisme online, dan berita. Dengan tujuan untuk memperjelas pemahaman kredibilitas, maka peneliti juga menggunakan konsep dari kredibilitas media tersebut.

2.2.1. Media Online

Segala informasi memerlukan medium (perantara) agar pesan dapat diterima oleh khalayak. Medium informasi ini disebut sebagai media. Suryawati (2011, p. 37) menyatakan bahwa media massa adalah alat atau sarana yang digunakan dalam menyampaikan pesan dari sumber (komunikator) kepada khalayak atau penerima (komunikan) dengan alat komunikasi, seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan internet.

Perkembangan teknologi ditandai dengan hadirnya media *online* di Indonesia pada tahun 1990-an. Media *online* (Yunus, 2010, p. 27) merupakan media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Martin Lister dalam buku berjudul “New Media: A Critical Introduction” menyatakan media *online* memiliki beberapa karakteristik atau ciri utama yaitu; (Lister, 2009, p. 13)

1. Digital, data diproses dan disimpan tanpa memerlukan ruang penyimpanan yang luas karena data dikompres menjadi ukuran yang lebih kecil, mudah diakses dengan kecepatan tinggi.
2. Interaktif, komunikasi timbal balik yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain secara langsung dalam pesan berbentuk gambar atau teks.
3. Hiperteks, teks yang mampu menghubungkan dengan dokumen atau teks yang lain (*link*), contohnya halaman web.
4. Jaringan, telekomunikasi yang memungkinkan antar komputer untuk saling berkomunikasi atau bertukar data.
5. Virtual, istilah yang diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan dengan bantuan sebuah teknologi internet.

Nugroho & Sodikin (2017) menjelaskan media *online* yang tayang perdana di internet pada 17 Agustus 1994 adalah *Republika Online* (www.republika.co.id). Selanjutnya, pada 6 Maret 1996 disusul oleh media Tempo dengan mendirikan tempointeraktif.com atau yang sekarang www.tempo.co. Kemudian, media Harian Waspada dari Sumatera Utara juga ikut mendirikan portal *online* yang disebut *Waspada Online* (www.waspada.co.id). Diikuti dengan kehadiran media *online* lainnya, yaitu tribunnews.com pada 21 Maret 2010. Lokasi dari perusahaan terletak di Gedung *Group of Regional Newspaper Kompas*, Jl. Palmerah Selatan No. 3, Jakarta Pusat. Situs berita ini menyediakan beragam berita regional, nasional dan internasional. *Tribunnews* menyediakan rubrik sebagai wadah bagi masyarakat untuk dapat ikut serta dalam berbagi informasi atau menyampaikan gagasan, yaitu *Tribuners* dan *Citizen Reporter*. Pada rubrik

yang telah disediakan *Tribunnews*, masyarakat dapat mengirimkan tulisan mengenai berbagai macam kategori berita seperti budaya, umum, pendidikan, ekonomi, wisata, politik, teknologi, dan kesehatan. Tulisan dari masyarakat pun harus memenuhi beberapa syarat yang harus diperhatikan agar layak untuk dimuat.

2.2.2. Jurnalisme Online

Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam buku “*Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*” (Romli, 2012, p. 12), jurnalisme *online* didefinisikan sebagai segala proses pengumpulan, penulisan, penyuntingan, dan penyebarluasan berita secara online di internet. Jurnalisme *online* juga disebut *cyber journalism*. Jurnalisme *Online* adalah jurnalisme “generasi ketiga” setelah jurnalisme cetak (*print journalism*) yaitu surat kabar, tabloid, majalah dan juga jurnalisme elektronik (*electronic journalism*) yaitu radio dan televisi. Menurut Michael Orekes dalam (Ishwara, 2011, p. 41) dari *New York Times* mengatakan bahwa wartawan harus mampu menghasilkan tulisan yang dapat dipercaya dalam keadaan tekanan waktu. Mike Ward dalam (Romli, 2012, p.15) memaparkan beberapa karakteristik jurnalisme *online*, yang terbagi atas 2 (dua) yaitu karakteristik primer dan karakteristik sekunder. Karakteristik primer terdiri atas 7 (tujuh), yaitu:

1. *Unlimited Space*, memungkinkan halaman tak terbatas, berita dapat ditulis secara panjang atau selengkap mungkin.
2. *Audience Control*, memungkinkan audiens untuk memilih berita atau informasi yang diinginkan.
3. *Nonlinearity*, memungkinkan audiens untuk bebas membaca tanpa berurutan
4. *Storage and retrieval*, memungkinkan berita tersimpan selamanya dan dapat diakses dengan mudah kapanpun dan dimanapun.

5. *Immediacy*, memungkinkan informasi atau berita disampaikan secara cepat dan langsung.
6. *Multimedia Capability*, memungkinkan informasi berita disajikan dalam format atau bentuk beragam (suara, teks, gambar, video).
7. *Interactivity*, memungkinkan interaksi langsung antara pekerja media dengan audiens melalui kolom komentar.

 Seperti yang sudah dibahas sebelumnya bahwa selain karakteristik primer, terdapat 1 (satu) karakteristik jurnalisme *online* lain, yaitu karakteristik sekunder. Karakteristik ini terdiri atas 8 (delapan), yaitu:

1. Produksi berita *online* lebih mudah dan murah dibandingkan produksi berita cetak dan elektronik
2. Memungkinkan semua orang untuk berpartisipasi memproduksi dan menyebarkan informasi (*everybody can be a journalist*).
3. Tidak terlalu terpacu oleh *deadline*, karena berita dapat diunggah dan diedit kapan saja dan dimana saja.
4. Internet memungkinkan berita tersebar dengan cepat (*fastest way to report news*).
5. Jangkauan tak terbatas, berita *online* cakupannya menjadi lebih luas dibanding media cetak dan elektronik (dapat menjangkau seluruh dunia).
6. Interaktivitas, artikel berita dapat dilengkapi video, kolom komentar, gambar bergerak, *hyperlink*.
7. Kesalahan dalam berita dapat dengan mudah dikoreksi atau *update*.
8. Jurnalisme *online* tidak memerlukan banyak pekerja, bahkan dapat dilakukan oleh satu orang saja.

 Menurut Bradshaw (2017) dalam “The Online Journalism Handbook” menyebutkan ada 5 (lima) prinsip mendasar pada jurnalisme *online*, yaitu B-A-S-I-C, dengan penjabarannya dijelaskan sebagai berikut:

- A. *Brevity* (ringkas), yang berarti tulisan dibuat secara ringkas, pendek, dan tidak bertele-tele agar dapat dipahami dengan cepat. Konsep ini juga dikenal dengan istilah *keep it short and simple* (KISS).

- B. *Adaptability* (mampu beradaptasi), yang berarti jurnalis harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dengan menyajikan format berita yang beragam (video, suara atau gambar).
- C. *Scannability* (mampu dipindai), yang dijelaskan oleh Bradshaw bahwa pentingnya 2 (dua) kata pertama pada judul untuk menarik perhatian pembaca. Asumsinya, pembaca menginginkan situs berita yang menyajikan berita yang spesifik. Dengan demikian, sangatlah penting untuk memilih judul yang sesuai, *subheadings*, dan juga *link*.
- D. *Interactivity* (interaktivitas), yang berarti memungkinkan pembaca untuk memberikan tanggapan pada situs. Hal ini penting karena pembaca merasa dilibatkan dan dihargai sehingga dapat membuat pembaca menjadi setia.
- E. *Community and Conversation* (komunitas dan percakapan), yang berarti bahwa pembaca media *online* tidak bersifat pasif dan dapat melakukan percakapan, misalnya melalui kolom komentar. Selanjutnya, jurnalis juga menjawab komentar tersebut sehingga terciptanya komunitas dan percakapan.

2.2.3. Berita

Istilah berita umumnya diartikan sebagai segala informasi yang didapat melalui surat kabar, majalah, radio, televisi dan juga media *online*. Berita erat kaitannya dengan fakta, namun segala fakta tidak selalu dapat menjadi berita. Newson & Wollert (1985, p. 11) mendefinisikan berita sebagai apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat.

Dalam mempermudah maksud dari tidak semua fakta dapat menjadi berita, Djuraid (2007, pp. 13-44) menegaskan panduan mendasar yang harus dilakukan wartawan sebelum menulis adalah membuat keputusan terkait kelayakan peristiwa, informasi, nilai berita, dan keadaan yang sebenarnya. Hal inilah yang disebut sebagai nilai berita. Dedy Iskandar Muda memaparkan 10 (sepuluh) nilai berita dalam bukunya yang

berjudul “Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Profesional” (Muda, 2005, p. 15), yakni;

- a. *Timeliness*, ketepatan waktu. Berita harus disajikan sesuai dengan waktu yang dibutuhkan oleh masyarakat.
- b. *Proximity*, kedekatan. Maknanya sangat bervariasi, dapat dilihat dari segi lokasi, ras, profesi, keyakinan, kebudayaan, dan kepentingan yang terkait lainnya.
- c. *Prominence*, ketokohan. Berita menjadi semakin bernilai apabila melibatkan seseorang terkenal (tokoh politik, agama, seniman, dll).
- d. *Consequence*, berita menyangkut segala tindakan atau kebijakan, peraturan, perundangan, dan lain-lain, yang dapat merugikan atau menyenangkan banyak orang.
- e. *Conflict*, berita terkait konflik juga sangat bernilai karena konflik erat dengan peristiwa kehidupan.
- f. *Development*, Berita mengenai kegagalan dan keberhasilan pembangunan melibatkan kepentingan penguasa dan masyarakat.
- g. *Disaster and Crimes*, dua peristiwa yang menyangkut masalah keselamatan manusia (sebuah kebutuhan dasar tiap manusia).
- h. *Weather*, berita tentang prakiraan cuaca di Indonesia kurang diminati.
- i. *Sport*, daya tarik berita olahraga memiliki nilai berita yang cukup tinggi.
- j. *Human Interest*, Nilai berita ini memiliki daya tarik lebih tinggi melalui televisi (audio visual).

Berita dapat diklasifikasikan ke dalam 2 (dua) jenis, yaitu *hard news* dan *soft news*. *Hard news* (berita berat) merujuk pada peristiwa yang harus segera disampaikan langsung ke publik. Berita jenis ini tidak dapat ditunda dan *hard news* mengutamakan aktualitas. Aktualitas berarti *breaking news*, *spot news*, atau *straight news*. *Hard news* juga memiliki menganut sistem piramida terbalik dalam penulisan berita. Inti informasi ditulis dibagian awal atau disebut juga sebagai *lead*. Tulisan berita *hard news* relatif pendek yaitu 100-200 kata (agar singkat, padat dan jelas). Data-data yang bukan menjadi informasi utama ditulis dibagian akhir. Hal

ini berkaitan dengan karakteristik pembaca media *online* yang tidak betah berlama-lama membaca artikel. Contoh tulisan *hard news*, berita pembunuhan, kecelakaan, bencana alam, dan lain-lain.

Sedangkan untuk jenis kedua, *softnews* (berita ringan) merupakan berita yang tidak kaku, tidak ketat terhadap tenggat waktu dan struktur penulisannya lebih luwes. *Soft news* juga ada 2 (dua) macam yaitu *feature* dan *news feature*. Hal yang membedakan adalah pada penulisan *feature* relatif panjang, biasanya fokus pada aspek kemanusiaan. Contoh tulisan *feature* yaitu terkait hobi seorang artis (aspek *human interest*). Pada *news feature*, harus mengandung unsur berita. Contohnya tulisan mengenai kisah seorang penipu.

2.2.4. Kredibilitas Media

Secara umum, kredibilitas atau dalam bahasa inggris *credible* artinya 'dapat dipercaya'. Pada konteks penelitian ini, kredibilitas atau subjek yang dapat dipercaya adalah pemberitaan portal berita *tribunnews.com*. Meyer (1974, pp. 48-52) menyatakan bahwa kredibilitas merupakan konsep multidimensional yang maksudnya adalah beragamnya aspek kehidupan yang memengaruhi kredibilitas. Kredibilitas sebuah media terbentuk karena pengaruh beberapa faktor eksternal pada media penyampai pesan atau pesan sebuah media (Appelman & Sundar, 2016).

Hovland & Weiss (1951) menjelaskan kepercayaan (*trustworthiness*) dan keahlian (*expertness*) merupakan dimensi yang dapat mengukur kredibilitas media. Sedangkan, Berlo, Lemert, & Mertz (1969) menganalisa sebanyak 83 indikator yang paling tepat dalam mengukur kredibilitas. Hasil analisis membuahkan 35 indikator yang diklasifikasikan ke dalam 3 (tiga) kategori. Kategori tersebut antara lain keamanan (*safety*), kualifikasi (*qualification*) dan dinamisme (*dynamism*). Namun, faktor tersebut dinilai sama saja seperti temuan Hovland dan Weiss. Sehingga ahli lainnya masih mencari faktor pengukur lain. Pada 1969, Harvey

Jacobson menggabungkan kedua dimensi temuan Hovland dan Weiss, yakni dimensi kepercayaan (*trustworthiness*) dan keahlian (*expertness*) menjadi dimensi keaslian / kebenaran (*authenticity*). Jacobson juga menambahkan dimensi lainnya yaitu *objectivity*, *dynamism* dan *respite*. (Jacobson, 1969).

Penelitian mengenai faktor atau dimensi yang tepat untuk mengukur kredibilitas berita media *online* masih terus berlanjut. Pada tahun 1988, Philip Meyer menyimpulkan semua hasil penelitian para ahli dan menyimpulkan bahwa ada 5 (lima) dimensi yang lebih sesuai untuk mengukur kredibilitas media *online* yaitu, *fair*, *unbiased*, *tells the whole story*, *accurate* dan *can be* (Meyer P. , 1988). Namun, Flanagin & Metzger (2000, p. 521) kembali mengusulkan 4 (empat) dimensi yang lebih lengkap, singkat dan spesifik serta sering digunakan untuk penelitian mengenai kredibilitas. Empat dimensi tersebut yaitu *believability*, *accuracy*, *bias*, dan *completeness*.

- a. *Believability*, informasi berita yang disampaikan dapat dipercaya atau tidak.
- b. *Accuracy*, informasi berita yang disampaikan sesuai dengan fakta yang terjadi atau tidak.
- c. *Bias*, informasi berita yang disampaikan memihak pihak tertentu atau tidak.
- d. *Completeness*, informasi berita yang disampaikan sesuai dengan unsur kelengkapan berita 5W+1H (*What, Who, Why, When, Where, How*) atau tidak.

Konsep pemikiran dimensi Flanagin & Metzger (2000) menjadi dasar acuan peneliti dalam melihat tingkat kredibilitas dari media *online* *tribunnews.com*. Flanagin & Metzger (2000) juga membagi setiap dimensi ke dalam indikator-indikator yang dapat mengukur kredibilitas untuk memberi gambaran lebih spesifik mengenai setiap dimensi. Dimensi *believability* dapat dilihat dengan indikator *opinionative*. *Opinionative* berkaitan dengan apakah berita yang dimuat mengandung unsur opini dari

penulis. Dalam melihat dimensi *accuracy*, terdapat 3 (tiga) indikator, yakni kesesuaian judul dengan isi, kesalahan penulisan (*typo*), dan kesesuaian foto dengan isi. Dimensi *bias* dilihat dengan indikator *cover both sides*. *Cover both sides* diartikan berita yang dimuat memberikan dua sudut pandang atau lebih, sehingga berita berimbang dan tidak bersifat memihak. Kemudian, dalam melihat dimensi *completeness*, indikatornya adalah kelengkapan unsur berita 5W+1H (What, Who, Why, When, Where, How).

2.3. Alur Penelitian

Alur penelitian dimulai dari adanya penelitian Khussari (2018) yang membandingkan kredibilitas *tribunnews.com* dengan Kompas, dimata masyarakat. Hasilnya masyarakat menganggap *tribunnews.com* tidak kredibel. Penelitian ini bermaksud untuk melanjutkan dengan menganalisis kredibilitas *tribunnews.com* dari segi isi berita (konten), khususnya pada berita dengan topik Virus Corona selama periode November 2021.

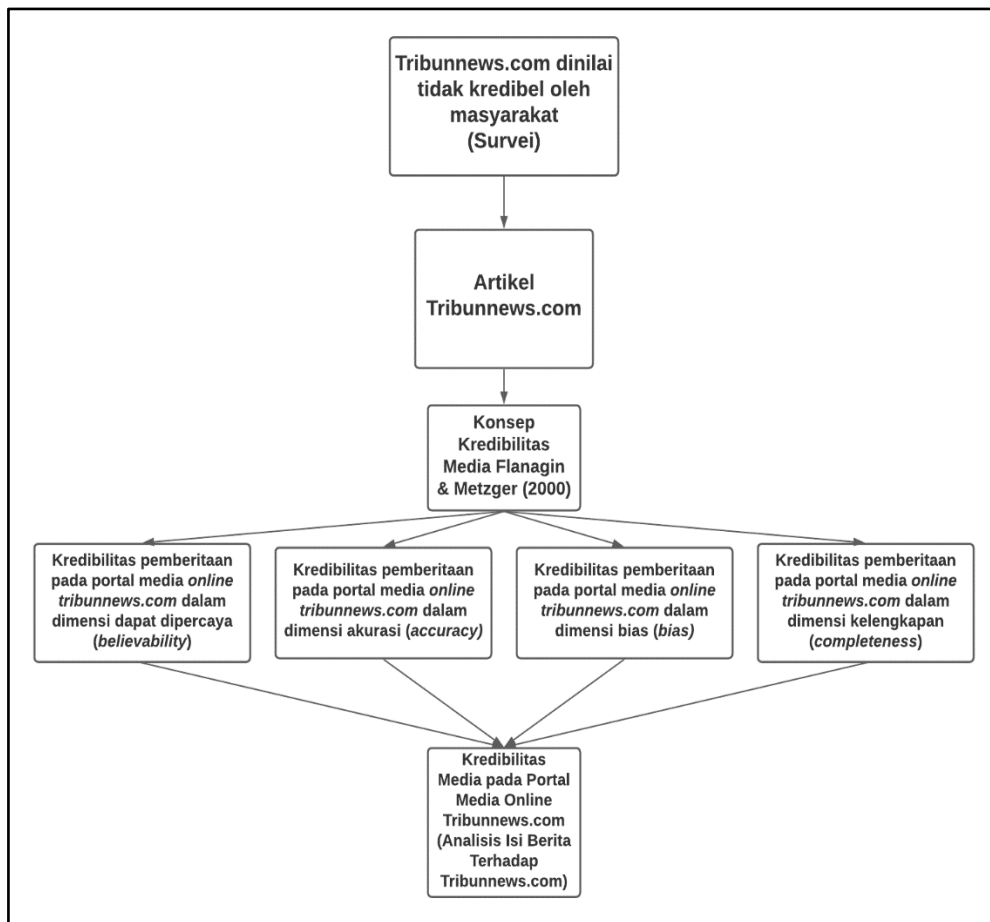
Dalam melihat kredibilitas yang dimiliki oleh portal media online, peneliti melakukan pendekatan metode analisis isi kuantitatif terhadap berita media online *tribunnews.com*. Sugiyono (2009) menjelaskan bahwa terdapat 4 (empat) kelebihan dari metode kuantitatif, yaitu dapat digunakan untuk menduga atau meramal hasil dari penelitian, hasil analisis dapat diperoleh dengan akurat apabila digunakan sesuai dengan aturan, dapat digunakan untuk mengukur interaksi hubungan antara dua atau lebih variabel, dan dapat menyederhanakan realitas permasalahan yang kompleks dan rumit dalam sebuah model. Hal ini menjadi alasan peneliti menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Topik berita terkait “Virus Corona” pada November 2021 menjadi fokus peneliti dalam melakukan analisis terkait kredibilitas pemberitaan *tribunnews.com*. Alasan dipilihnya periode November 2021 adalah karena berita masih tergolong *up-to-date* atau terkini dari saat masa penelitian ini dilakukan.

Pada penelitian ini, analisis terkait kredibilitas media *online tribunnews.com* menggunakan konsep kredibilitas media yang dicetuskan oleh Flanagin & Metzger (2000), yaitu dimensi *believability*, dimensi *accuracy*, dimensi *bias*, dan dimensi *completeness*. Keempat dimensi ini akan menjadi dasar acuan peneliti. Berikut hal yang perlu diperhatikan untuk mengukur tingkat kredibilitas media, yaitu:

1. Kredibilitas pemberitaan pada portal media online *tribunnews.com* dalam dimensi dapat dipercaya (*believability*). Dimensi ini dilihat dengan *opinionative*.
2. Kredibilitas pemberitaan pada portal media online *tribunnews.com* dalam dimensi akurasi (*accuracy*). Dimensi ini dilihat ke dalam 3 (tiga) kategori, yaitu akurasi dalam judul dan isi, akurasi dalam kesalahan penulisan, dan akurasi dalam foto dan isi.
3. Kredibilitas pemberitaan pada portal media online *tribunnews.com* dalam dimensi bias (*bias*). Dimensi ini dilihat dengan metode *cover both sides*.
4. Kredibilitas pemberitaan pada portal media online *tribunnews.com* dalam dimensi kelengkapan (*completeness*). Dimensi ini dilihat dengan unsur kelengkapan berita yang menggunakan metode 5W + 1H.

Dengan penelitian terhadap kredibilitas pada portal media *online* yang dilihat menggunakan teori dimensi Flanagin & Metzger (2000), maka dirumuskanlah judul penelitian yaitu “Kredibilitas Pemberitaan pada Portal Media Online *Tribunnews.com* (Analisis Isi terhadap Berita *Tribunnews.com*)”.

Gambar 2.1 Alur Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti (2021)

