

BAB I

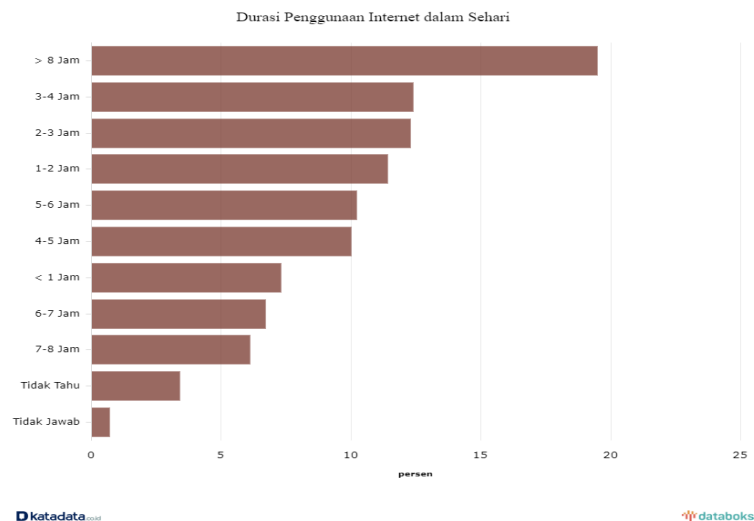
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan komunikasi memegang peranan penting dalam mengakses informasi. Peradaban media ikut berdampak akibat gaya hidup manusia yang serba instan dan cepat. Media *online* memberikan ruang publik untuk bersuara dengan cakupan yang lebih luas, serta akses yang cepat. Hadirnya *smartphone* kini menjadi pilihan masyarakat untuk mengakses media *online* daripada media sebelumnya yaitu cetak dan elektronik.

Gambar 1. 1

Durasi Penggunaan Internet Dalam Sehari



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/mayoritas-masyarakat-indonesia-berinternet-lebih-dari-8-jam-per-hari#> diakses pada 20 September 2020

Databoks menunjukkan dalam sehari penduduk Indonesia dengan rentang usia 16 sampai 64 tahun menghabiskan waktu berinternet rata-rata selama 7 jam 59 menit di semua perangkat. Tingginya angka rata-rata tersebut memperlihatkan bahwa minat pengguna internet di Indonesia lebih banyak dibandingkan minat menggunakan media massa, akibatnya peran media massa menyebarkan informasi bergeser ke media *online*. (Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/indonesia-habiskan-hampir-8-jam-untuk-berinternet#> Diakses pada 8 Agustus 2020)

Melalui internet masyarakat saat ini tidak hanya memperoleh informasi, tetapi bisa ikut memproduksi berita kapan dan di mana saja selama terhubung ke internet. Akibatnya media penerbit tidak lagi eksklusif dalam menyajikan informasi dan kredibilitas berita menjadi sorotan penting. Pengguna internet di Indonesia juga mengalami kenaikan setiap tahunnya, ini menjadi tantangan bagaimana media *online* bisa menyajikan informasi yang kredibel. Menurut riset dari *we are social* yang dirilis pada januari 2020 penduduk Indonesia yang terhubung ke internet ada sebanyak 175,4 juta atau 64 persen dari total populasi penduduk. (Sumber: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> Diakses 8 Agustus 2020)

Kredibilitas adalah hal yang penting bagi audiens, untuk itu berita harus memenuhi unsur kredibilitas. Dimensi kredibilitas menurut Flanagin dan Metzger (2000) yaitu dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), bias, dan kelengkapan (*completeness*). Unsur-unsur tersebut membuat jurnalis *online*

memiliki tuntutan yang cukup kompleks, di mana jurnalis harus meliput, menulis, dan menyajikan berita secara cepat dan akurat. Mike Ward menjelaskan hal ini dalam karakteristik jurnalis online yaitu *immediacy*, *multiple pagination*, *multimedia*, *flexibility delivery platform*, *archiving*, dan *relationship with reader*. (Romli, 2012: 15)

Ignatius Haryanto menyatakan bahwa pemberitaan di media online Indonesia sedikit banyak tidak menerbitkan berita yang mendalam dengan unsur-unsur kredibilitas. Ia juga menyebutkan bahwa interaktivitas dengan pembaca, kedalaman informasi, tampilan visual yang menggugah, relevansi dengan kepentingan publik, dan independensi media, adalah sebagian dari rumus yang dirancang dan diterjemahkan secara spesifik untuk media saat ini dan masa mendatang. (Haryanto, 2014: 186)

Penelitian Sholihul Abidin beserta kawan-kawan dalam Jurnal *Perceptions of Internet Information Credibility*, Flanagan dan Metzger (2000) menjelaskan bahwa proses verifikasi di media konvensional dilakukan dengan pengecekan terlebih dahulu sebelum sampai kepada publik. Sedangkan berita pada media *online* memprioritaskan publikasi yang cepat, selain itu berita mudah diedit dan bisa dihapus kapan saja. Hal ini menyebabkan isu kredibilitas muncul kembali dengan berkembangnya internet sebagai wadah untuk penyampaian berita (Denis McQuail, 2010:58).

Portal berita *online* menjadi pilihan generasi muda untuk mengakses berita terbaru dengan mudah dan cepat. Data dari Survei Maverick Indonesia

menemukan bahwa sebanyak 81 persen responden yang berusia 18 sampai 32 tahun mengakses informasi berita dari portal berita *online* dan media sosial. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa proses digitalisasi merubah perilaku konsumsi berita generasi muda, akibatnya kredibilitas dan kecepatan media menjadi pertimbangan utama dalam memilih portal berita yang akan diakses. Sedangkan media saat ini seringkali berlomba-lomba untuk menjadi yang pertama dalam menyajikan berita dan mengorbankan akurasi. (Sumber: <https://www.antaranews.com/berita/1897836/survei-portal-berita-online-jadi-sumber-informasi-generasi-muda>, diakses pada 4 Februari 2020)

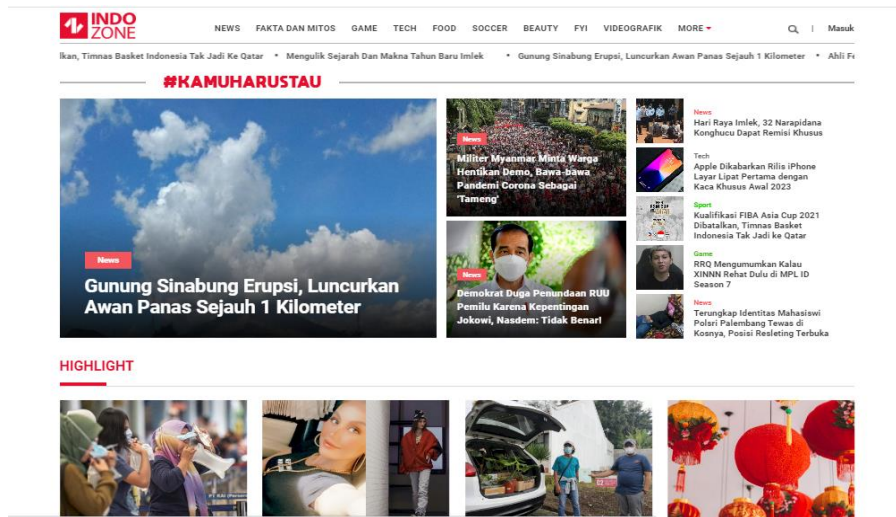
Penelitian oleh Roida Pakpahan yang berjudul Analisis Fenomena *Hoax* Di Berbagai Media Sosial Dan Cara Menanggulangi *Hoax*, berdasarkan hasil riset yang dilakukan Mastel (Masyarakat Telematika Indonesia) menunjukkan bahwa isu politik dan SARA sering dimanfaatkan untuk konten hoaks. Responden yang paling banyak menerima konten hoaks mengenai sosial politik sebanyak 91,8 persen, sedangkan isu SARA diterima oleh 88,6 persen responden.

Tingginya konten hoaks mengenai politik menjadi catatan untuk pembaca lebih kritis lagi dalam menyikapi persoalan yang diberitakan dan membaca dari banyak sumber agar bisa mempertimbangkan kredibilitas berita. Persoalan politik yang menjadi perbincangan hangat di Indonesia akhir-akhir ini adalah Omnibus Law UU Cipta Kerja. Pada tanggal 8 Oktober 2020 banyak aksi demonstrasi yang dilakukan mahasiswa dan buruh di beberapa kota di Indonesia. Omnibus Law adalah Undang-Undang yang sengaja dibuat untuk

menyederhanakan peraturan agar tepat sasaran dan merampingkan regulasi dari segi jumlah. Rancangan UU Cipta Kerja dinilai terburu-buru dalam pengesahan, sehingga takut memunculkan asumsi bahwa UU ini sengaja dibuat untuk segelintir kepentingan. Poin-poinnya juga dinilai akan banyak merugikan masyarakat sedangkan pemerintah mengklaim UU ini dapat mengatasi masalah ekonomi bisnis terutama dalam hal lapangan kerja di Indonesia. (Sumber: <https://tirto.id/arti-omnibus-law-dan-isi-ruu-cipta-kerja-pemicu-demo-buruh-aktivis-fluf>, diakses pada 15 Oktober 2020)

Omnibus Law UU Cipta kerja dibahas pada rapat paripurna DPR RI yang disahkan pada 5 Oktober 2020. Setelah pengesahan tersebut pemberitaan mengenai UU Cipta Kerja dengan mudah menyebar ke masyarakat, karena adanya keterbukaan informasi dan peran media *online* ikut mempercepat banyaknya informasi yang beredar, sehingga masyarakat kesulitan untuk mendapatkan informasi yang kredibel. Kementerian Komunikasi dan Informatika menemukan ada 185 hoaks mengenai UU Cipta Kerja dalam kurun waktu satu hari pada 8 sampai 9 Oktober yang tersebar di media sosial. (Sumber: <https://news.detik.com/berita/d-5206781/kominfo-temukan-185-hoax-uu-cipta-kerja-di-medsos-3-di-take-down> Diakses pada 12 Oktober 2020)

Gambar 1. 2
Portal Berita Indozone



Sumber : <https://www.indozone.id/> diakses pada 10 Maret 2021

Media *online* yang terverifikasi dewan pers baru 2.700 dari 43.300 jumlah media *online* di Indonesia. Indozone merupakan salah satu perusahaan media digital yang sudah terverifikasi oleh Dewan Pers. Dimulai tahun 2014 melalui akun Instagram @indozone dengan tagline #KAMUHARUSTAU yang berhasil mencuri 3,7 juta pengguna Instagram dari kalangan milenial dan Gen Z. Indozone berkembang dari Instagram ke portal berita www.indozone.id dengan ambisi terus menyajikan konten-konten edukatif untuk membangun Indonesia terutama memberikan dampak positif kepada generasi milenial dan Gen Z.

Gambar 1.3

Perkembangan Indozone



Sumber: <https://rizkaedmanda.com/ulasan-situs-indozone/> diakses pada 18

Maret 2021

Dalam meraih minat pembaca dari kalangan muda, Indozone memiliki strategi yang baik. Golongan yang berasal dari kelompok milenial dan Gen Z, cukup memperhatikan tampilan visual, untuk itu konten informasi dari Indozone banyak menampilkan visualisasi seperti, infografis, gambar, meme hingga video. Tampilan situs Indozone tergolong sederhana karena tidak menampilkan banyak iklan, mudah diakses dan memiliki kategori berita sebanyak 21 yang sangat bervariasi, seperti *news*, fakta dan mitos, *beauty*, *tech*, *game*, indeks, infografik, videografik dan lainnya.

Indozone ikut meramaikan pemberitaan Omnibus Law UU Cipta Kerja dengan unggahan berita sebanyak 298 di portal berita pada bulan Oktober 2020. Kasus Omnibus Law banyak melibatkan generasi muda dalam aksi yang digelar di beberapa daerah, sementara itu Indozone menyediakan informasi mengenai Omnibus Law untuk memenuhi kebutuhan milenial dan

Gen Z. Tingginya angka hoaks dalam isu politik dan masifnya pemberitaan Omnibus Law UU Cipta Kerja menyebabkan penulis tertarik untuk meneliti kredibilitas portal berita Indozone karena portal berita yang memiliki kredibilitas dibutuhkan untuk meminimalisir pertumbuhan hoaks mengenai isu politik di Indonesia.

Penelitian ini akan dilakukan kepada mahasiswa aktif di Yogyakarta sebagai representasi dari milenial dan Gen Z yang menjadi target dari Indozone serta sebagai kaum intelektual yang ikut memperhatikan dan mengawasi kebijakan pemerintah salah satunya Omnibus Law UU Cipta Kerja. Mahasiswa yang dipilih untuk menjadi subjek penelitian ini yaitu mahasiswa yang fokus pada isu UU Cipta Kerja, ditandai dengan mahasiswa yang ikut aksi UU Cipta kerja, dan pernah membaca berita di portal berita Indozone.

Penelitian terdahulu berjudul *Kredibilitas Media Online Dalam Pemberitaan Rencana Aktivitas Pembelajaran Secara Tatap Muka Pada Tahun 2021 Dimasa Pandemi Covid-19* Oleh Siti Qona'ah, dkk Vol (12) No (1) tahun 2021. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus kualitatif yang merujuk pada dimensi *trustworthiness*, *currency*, dan bias. Hasil penelitian pada portal Okezone.com menemukan dimensi *trustworthiness* sudah cukup kredibel karena sebagian responden sudah percaya, walaupun sebagian lagi tidak percaya. Unsur kelengkapan berita (5W+1H) juga dinyatakan responden sudah cukup lengkap walaupun penjelasan kurang detail terutama dalam keterangan foto. Dimensi *currency* dan tidak bias dalam pemberitaan sudah

memenuhi di mana berita sudah disajikan dengan *up to date* dan mengandung unsur *cover both side*.

Penelitian terdahulu berjudul *Kredibilitas Portal Berita Online dalam Pemberitaan Peristiwa Bom Sarina Tahun 2016 (Analisis Isi Portal Berita Detik.com dan Kompas.com Periode 14 Januari - 14 Februari 2016)* oleh Praptika dan Anang Vol (12) No (1) Tahun 2017. Penelitian ini menggunakan analisis isi kuantitatif melalui dimensi faktualitas dan ketidakberpihakan (*factualness*, akurasi, kelengkapan, nilai berita, keseimbangan, dan netralitas). Berdasarkan enam faktor tersebut, hasil penelitian menunjukkan kredibilitas portal berita daring Kompas.com memiliki nilai lebih tinggi daripada Detik.com dalam pemberitaan Bom Sarina periode 14 Januari hingga 14 Februari 2016.

Penelitian terdahulu berjudul *Kredibilitas Media Online Dalam Pandangan Mahasiswa Oleh Loisari, Khoiruddin, dan Cecep* Vol (5) No (2) Tahun 2020. Metode deskriptif kualitatif digunakan pada penelitian ini melalui observasi dan wawancara kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung mengenai kredibilitas Detik.com. Penelitian ini menggunakan tiga dimensi (kepercayaan, kekinian dan tidak bias) yang menemukan bahwa kredibilitas media online Detik.com dalam pandangan mahasiswa adalah positif.

Penelitian ini memiliki perbedaan diantara tiga penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini mencari tahu kredibilitas media *online* dalam Pemberitaan

Omnibus Law UU Cipta Kerja dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penulis tergugah memilih Indozone sebagai *The Most Engaging Media Millennials and GenZ* untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi generasi muda dan penelitian kredibilitas media *online* digunakan untuk meminimalisir tingginya angka *hoax* dalam isu politik di Indonesia sehingga bisa memenuhi kebutuhan informasi kepada segmentasi pasar generasi muda.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka dapat disimpulkan rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Seberapa besar tingkat kredibilitas Portal berita *online* Indozone Dalam Pemberitaan Omnibus Law UU Cipta Kerja?"
2. Adakah kecenderungan antara dimensi *trustworthiness*, *currency*, dan bias yang paling tinggi dalam kredibilitas portal berita *online* Indozone dalam pemberitaan Omnibus Law UU Cipta Kerja?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar tingkat kredibilitas Portal berita *online* Indozone Dalam Pemberitaan Omnibus Law UU Cipta Kerja.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai kredibilitas media *online* di portal berita.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi admin Portal Berita Indozone

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan dan acuan bagi portal berita Indozone untuk mengevaluasi pengelolaan pemberitaan yang kredibel sebelum dibagikan kepada pembaca.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan pertimbangan mengenai kredibilitas berita di portal berita *online* agar pembaca lebih kritis dan memperhatikan isi berita untuk dijadikan sumber informasi pada media *online*.

E. Kajian Teori

1. Journalisme *Online* dan *New Media*

Media Baru atau yang disebut *New Media* merupakan berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memiliki ciri sama, yaitu media dengan digitalisasi yang memiliki ketersediaan luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Ciri utama pada media baru menurut Denis McQuail yaitu dengan adanya saling keterhubungan, interaktif, akses terhadap khalayak individu bisa sebagai pengirim pesan maupun penerima,

serta memiliki kegunaan yang beragam karena karakternya bersifat terbuka dan ada di mana-mana. (McQuail, 2011: 43)

Mark Poster pada (Heryanto, 2017: 76) membagi media baru dengan 2 era penggambaran, era yang pertama digambarkan oleh, sentralisasi produksi, komunikasi satu arah, kendali sesuatu untuk sebagian besar, reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan melalui media, serta audiens massa yang terpecah dan membentuk kesadaran sosial. Pada era kedua digambarkan dengan desentralisasi, dua arah, di luar kendali situasi, demokratisasi, dan mengangkat kesadaran individu dan orientasi individu.

Media sosial merupakan jenis media baru yang termasuk kategori media *online*, seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, Youtube. Jejaring secara *online* tercipta akibat jenis-jenis media baru yang muncul, sehingga orang bisa berpartisipasi, berbicara serta berbagi. Selain itu, masih ada jenis *new media* lainnya seperti: komputer atau notebook, DVD, VCD, Portabel *media player*, smartphone, video game dan virtual reality (Hamidati, 2011: 13).

Lahirnya media online memberikan kehadiran generasi baru dalam bidang jurnalistik yaitu jurnalisme *online*. Jurnalistik merupakan kegiatan atau proses menghadirkan berita kepada pembaca, mulai dari proses pencarian data, memproduksi, hingga menghasilkan berita kepada khalayak. Menurut Kris Budiman (2005) dalam Azwar (2018) kata jurnalistik berasal dari Bahasa Belanda *journalistiek* yang memiliki arti

sebagai kegiatan penyiapan, penulisan, penyuntingan dan penyampaian berita kepada khalayak melalui saluran media tertentu. Kris Budiman juga mengatakan bahwa jurnalistik juga disebut *journalisme (journalism)*. Jurnalistik sering dibedakan menjadi tiga berdasarkan media yang digunakannya, yaitu jurnalistik cetak, jurnalistik elektronik, dan jurnalistik *online*.

Jurnalisme *Online* dalam (Mulyadi, 2013: 23) adalah proses penyampaian pesan atau informasi melalui media internet. Sejarah Jurnalisme *Online* lahir dengan bermodalkan laptop dan modem untuk membeberkan kasus perselingkuhan Presiden Amerika Serikat pada tanggal 19 Januari 1998. Di Indonesia jurnalisme *online* muncul sebagai alternatif media yang melatarbelakangi jatuhnya pemerintahan Soeharto pada tahun 1998. *Online Journalism, Principles and Practices of News for The Web* oleh Holcomb Harthaway Publisher (2005) dalam (Mulyadi & Musman, 2013:24) menjelaskan kelebihan jurnalisme online:

- a. *Audience Control*: audiens memiliki kontrol lebih leluasa untuk memilih berita yang mau diinginkan.
- b. *Nonlinearity*: berita yang disajikan bisa berdiri sendiri untuk itu pembaca bisa memahami berita tanpa harus membaca secara berurutan.
- c. *Storage and retrieval*: audiens dapat mengakses berita yang pernah dimuat dengan mudah karena berita sudah tersimpan di platform masing-masing.

- d. *Unlimited Space*: Naskah berita yang disajikan tidak terbatas, panjang dan lengkap dibanding media konvensional yang terbatas dalam kapasitas.
- e. *Multimedia Capability*: kemampuan untuk menambahkan teks, visual, suara, video, dan komponen lain pada berita yang akan di unggah.
- f. *Interactivity*: peningkatan jumlah audiens pada setiap berita yang disajikan.

Jurnalisme online hadir karena adanya media *online* sebagai tempat penyaluran berita. Dibalik keunggulannya, beberapa kekurangan juga ikut menjadi sorotan di media online, antara lain (Mulyadi & Musman, 2013:56):

- a. Tidak memiliki ukuran pasti dalam penerbitan berita online, sehingga bisa diklaim oleh beberapa pihak tentang siapa yang menerbitkan.
- b. Cenderung bosan apabila membaca berita yang disajikan dengan panjang
- c. Tidak seakurat media lainnya karena mengutamakan kecepatan, sehingga pemberitaan tidak selalu tepat.
- d. Kesalahan dalam penulisan lebih banyak, karena terburu-buru dalam proses penulisan.
- e. Berpotensi meningkatkan kejahatan dunia maya atau *cyber crime* seperti penipuan, penculikan dan lainnya.
- f. Minat baca di perpustakaan menurun akibat media online lebih praktis.

- g. Karya yang disajikan di media *online* mudah dicuri sehingga meningkatkan plagiat.

2. Kredibilitas Media *Online*

Kredibilitas sangat penting untuk audiens, pada jurnal penelitian *Credibility of Traditional vs Online News Media: A Historical Change in Journalists Perceptions* oleh Kovacic, dkk tahun 2010 menjelaskan bahwa kredibilitas dibagi menjadi dua, yaitu media dan sumber. Kredibilitas sumber mempertimbangkan kepercayaan dari individu yang memproduksi pesan, sedangkan pada kredibilitas media berfokus untuk mengevaluasi kesatuan yang lebih luas, seperti pada televisi, koran dan media *online*. Kredibilitas dapat dilihat dari individu dan media itu sendiri, oleh sebab itu yang dimaksud kredibel atau tidaknya sebuah media dapat ditentukan dari sumber dan isi pesan yang disampaikan, apabila ada kesesuaian antara informasi yang disampaikan dan dikatakan oleh sumber maka bisa disebut kredibel.

Kredibilitas media adalah tinggi rendahnya kepercayaan antar pihak yang akan mengalami naik turun bergantung pada *performance* masing-masing. Dipercaya oleh khalayak penting sebagai syarat mutlak media. Segala kerja keras media tidak akan berguna apabila tidak dipercaya oleh publik (Zulkarimein, 2015: 52).

Salwen, Garrison dan Driscoll (2015:150) mendefinisikan kredibilitas secara umum, yaitu sebagai sarana untuk memotivasi dan menanamkan

kepercayaan kepada pembaca. Sesuatu yang kredibel dianggap bisa dijadikan sebagai suatu alasan yang bisa dibuktikan, sehingga bisa dipercaya atau sebagai sesuatu yang mungkin. Secara khusus, kredibilitas didefinisikan sebagai kepercayaan pembaca kepada suatu berita, oleh karena itu media dikatakan kredibel apabila pembaca mempercayai berita yang dibagikan.

Sundar (1999) dalam Salwen, Garrison dan Driscoll (2015: 150) sudah mengembangkan skala kredibilitas yang mudah diaplikasikan pada berita di media cetak dan media online. Ia menemukan persamaan yang mencolok diantara faktor penerimaan mendasar tentang persepsi pada berita *online* dan cetak. Hal ini menunjukkan dimensi atau skala kredibilitas bisa digunakan untuk mengukur media cetak maupun online sekaligus.

Dimensi kredibilitas dalam Salwen, Garrison dan Driscoll (2015: 153) yang diadaptasi dari Gaziano dan McGrath digunakan pada studi kredibilitas media di Amerika tahun 2002 pada koran, televisi, maupun berita *online*. Terdapat 12 dimensi untuk mengukur kredibilitas media yang akan digunakan meliputi, *trustworthiness*, *currency*, *bias*, *fairness*, *reporting the whole story*, *objectivity*, *honesty*, *up to date*, *believability*, *balance*, *accuracy*, dan *timeliness*.

Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa setiap media memiliki komponen faktor yang berbeda untuk mengukur kredibilitas. Pada media *online* ada satu faktor yang tidak muncul pada media sebelumnya, yaitu

tidak bias. Artinya media *online* seringkali ditemukan oleh pembaca melakukan bias pada pemberitaan yang dimuat. Hal ini berkaitan dengan *update*, di mana berita *online* disajikan dengan cepat, sehingga fakta dan opini yang dilihat saat kejadian oleh jurnalis seringkali ditulis tanpa adanya konfirmasi kepada pihak-pihak terkait. Faktor-faktor kredibilitas berita media tersebut dibentuk menjadi tiga kategori menurut Driscoll, Garrison, Salwen (2005: 160):

1. *Trustworthiness*

a. *Trustworthy*

Berita tidak langsung disiarkan, melainkan diserahkan pada redaktur untuk diuji. Gatekeeper yang memutuskan berita tersebut layak berita atau tidak (Musman & Mulyadi, 2017: 123)

b. *Believable*

Untuk dapat dipercaya, sumber berita harus transparan sebagai syarat utama yang harus dipenuhi (hunu, 2007:282). Berita yang disajikan apa adanya, baik dari segi sumber penulis berita, foto, dan pengutipan informasi berdasar pada pihak yang berwenang dan dapat bertanggung jawab.

c. *Balanced*

Keberimbangan atau *balance* adalah prinsip yang harus diperhatikan oleh wartawan, yaitu memberi tempat dan kesempatan yang sejajar secara proporsional bagi dua atau lebih pihak maupun pandangan yang berkaitan dengan pemberitaan. Peristiwa yang diberitakan

harus menampilkan pandangan dan fakta yang berimbang antara dua atau lebih pihak yang terkait. (Zulkarimein, 2015: 131)

d. *Report The Whole Story*

Dalam pemberitaan harus memuat 5W + 1H:

What : Apa yang menjadi cerita? Fenomena atau peristiwa apa yang menjadi fokus cerita.

Who : Siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut? Penulisan harus akurat yang disertai dengan jabatan atau predikat.

When : Kapan? Berita yang disampaikan harus merujuk pada kebaruan berita.

Where : Di mana? Lokasi di tempat peristiwa, penulisan harus detail menyesuaikan kepentingan cerita dan pengetahuan dari khalayak yang dilayani media.

Why : Mengapa? Memberi informasi kepada khalayak untuk mengetahui mengapa peristiwa terjadi, apa yang dilatarbelakangi dan apa argumentasi dari pihak-pihak tersebut.

How : Bagaimana? Memberikan informasi hubungan antara sebuah peristiwa dan hal-hal lain yang relevan.

e. Fair

Prinsip *fairness* bertujuan untuk memberi tempat dan peluang kepada semua pihak secara adil melalui berita yang ditulis oleh jurnalis. *Fairness* diwujudkan dalam peliputan yang terbuka,

transparan, adil dan jujur berdasarkan *dealing* atau keputusan langsung. (Zulkarimein, 2015: 132)

f. Akurasi

Menurut Lambert (1992) dalam Zulkarimein (2015), akurasi merupakan tuntutan mendasar dari penyampaian kebenaran, yang mensyaratkan para jurnalis untuk mengecek kebenaran informasi. Setiap jurnalis harus disiplin dan menanamkan kebiasaan akurasi dengan kebiasaan mampu mengantisipasi kemungkinan kesalahan, mewaspadaikan informasi yang berpotensi dipertanyakan dan bias, akurasi kontekstual yaitu memberikan informasi latar belakang yang dibutuhkan khalayak, kemudian dapat memperoleh informasi dasar (nama, tanggal, tempat dan kejadian sesungguhnya) dengan menghubungi beberapa sumber untuk melakukan *cross checking*.

2. *Currency*

a. Timely

Dalam Musman, Mulyadi (2017) menurut Askurifai (2009) *Timely* artinya adalah kesegaran waktu, di mana peristiwa baru terjadi dan bersifat aktual.

b. Current

Dalam Musman, Mulyadi (2017) menurut Askurifai (2009) *Current* dijelaskan sebagai hal-hal yang sedang menjadi pembicaraan oleh orang banyak.

c. Up to date

Media baru memiliki salah satu keunggulan pada sajian informasi yang bersifat *up to date*, artinya media *online* dapat menyajikan berita yang dapat diperbarui setiap waktu. Prosesnya juga terbilang sederhana dan mudah. (Suryawati, 2011: 46)

3. Bias

a. Bias

Kristina Dwi Lestari (2019) menjelaskan media yang dikatakan bebas bias karena memisahkan antara opini dengan fakta, tau di mana tempat memberikan opini, dan kapan memberikan fakta dengan apa adanya. Bahasa yang digunakan tidak berlebihan, bahasa yang terus terang juga tidak menimbulkan kesalahpahaman.

b. Objektivitas

Objektif menurut Tuchman (1972) dalam Zulkarimein (2015) dipandang sebagai alat praktis yang menekankan penyeimbangan dalam bertutur dan berita yang ditulis bersandar pada fakta. Musnan, Mulyadi (2017) mendefinisikan objektif adalah keharusan jurnalis dalam menulis berita sesuai dengan informasi yang didapatkan dari realitas, fakta, dan narasumbernya.

Kredibilitas media *online* digunakan sebagai landasan teori pada penelitian ini untuk mengukur kepercayaan publik terhadap suatu media, yaitu Portal Berita Indozone. Semakin publik percaya kepada pemberitaan di akun tersebut, maka tingkat kredibilitas medianya juga bisa dikatakan semakin tinggi. Begitu

juga sebaliknya, apabila kepercayaan publik kepada suatu pemberitaan di media rendah, maka tingkat kredibilitas medianya rendah.

F. Definisi Konseptual dan Operasional

1. Definisi Konseptual

Konsep pada penelitian mengacu pada landasan teori Salwen, Garrison, dan Drisson (2005:160) mengenai kredibilitas media di mana teori ini dapat digunakan untuk mengukur kredibilitas pada media cetak dan *online*. Ada tiga faktor utama yaitu, *trustworthiness*, *currency*, dan bias. Dimensi-dimensi kredibilitas media tersebut tersebar di ketiga faktor utama tersebut yang meliputi, *trustworthy*, *believable*, *balanced*, *report the whole story*, *fair*, *accurate*, *timely*, *current*, *up to date*, bias dan *objective*.

2. Definisi Operasional

Dimensi kredibilitas oleh Salwen, Garrison dan Driscoll yang digunakan untuk mengukur tingkat kredibilitas media *online* meliputi:

1. *Trustworthiness*

a. *Trustworthy*

Portal berita Indozone memuat berita Omnibus Law UU Cipta Kerja berdasarkan penyeleksian dari redaktur terlebih dahulu agar pemberitaan yang dibagikan kepada pembaca layak untuk dipercaya.

b. *Believable*

Portal berita Indozone dalam memuat berita Omnibus Law UU Cipta Kerja harus mencantumkan sumber yang jelas dari pihak yang berwenang dan dapat bertanggung jawab, sehingga pemberitaan dapat dipercaya.

c. *Balanced*

Portal berita Indozone dalam memuat berita Omnibus Law UU Cipta Kerja perlu memperhatikan penulisan isi berita dengan porsi yang seimbang bagi pihak-pihak yang terkait dengan pemberitaan.

d. *Report The Whole Story*

Portal berita Indozone dalam memuat berita Omnibus Law UU Cipta Kerja menjelaskan kronologi peristiwa secara keseluruhan yaitu memenuhi unsur 5W+1H

e. *Fair*

Portal berita Indozone memuat berita Omnibus Law UU Cipta Kerja dengan prinsip yang adil, yaitu tidak berat sebelah antara pihak terkait.

f. *Akurasi*

Portal berita Indozone memuat pemberitaan Omnibus Law UU Cipta kerja melalui proses pengecekan atau konfirmasi kebenaran terlebih dahulu untuk mengantisipasi kemungkinan kesalahan.

2. *Currency*

a. *Timely*

Portal berita Indozone memuat berita Omnibus Law UU Cipta Kerja bersifat aktual, yaitu peristiwa yang diberitakan tepat waktu.

b. Current

Portal berita Indozone memuat berita Omnibus Law UU Cipta Kerja yang baru saja terjadi dan masih hangat diperbincangkan.

c. Up to date

Portal berita Indozone memuat berita Omnibus Law UU Cipta Kerja mengikuti perkembangan informasi terbaru.

3. Bias

a. Bias

Portal berita Indozone memuat berita Omnibus Law UU Cipta Kerja menggunakan pemilihan kata yang tidak menimbulkan kesalahpahaman dengan memisahkan antara opini jurnalis dan fakta di lapangan.

b. Objektivitas

Portal berita Indozone memuat berita Omnibus Law UU Cipta Kerja berdasarkan fakta yang sebenarnya dari narasumber.

G. Teknik Pengukuran Penelitian

Skala pengukuran menurut (Sugiyono, 2015: 92) digunakan untuk menghasilkan data kuantitatif yang dapat dinyatakan sebagai angka melalui nilai variabel yang diukur. Alat ukur disepakati sebagai acuan penelitian untuk digunakan sebagai penentu panjang pendeknya interval. Penelitian ini

menggunakan skala pengukuran interval, yaitu urutan kategori data yang mempunyai jarak yang sama. Opsi jawaban pada kuesioner menggunakan Skala likert dengan nilai 1 sampai 5 sebagai skala penilaian, untuk menghasilkan data interval.

Tabel 1. 1
Definisi Operasional

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Tingkat Kredibilitas Portal Berita Online Indozone Dalam Pemberitaan Omnibus Law UU Cipta Kerja	Trustworthiness	Trustworthy	Interval
			Believable	Interval
			Accurate	Interval
			Fair	Interval
			Balanced	Interval
			Report The whole story	Interval
		Currency	Timely	Interval
			Current	Interval
			Up to date	Interval
		Bias	Bias	Interval
			Objective	Interval

H. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang berbentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis juga bisa disebut sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah, hal ini dikarenakan jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang sesuai, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris hasil pengumpulan data. Apabila penelitian selesai dilaksanakan maka akan terbukti kebenaran dari hipotesis, yaitu dapat diterima atau ditolak. (Sugiyono, 2017: 63).

Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis yang mengacu pada teori kredibilitas media oleh Salwen, Garrison, Driscoll dengan 12 dimensi kredibilitas yang sudah digunakan pada penelitian sebelumnya baik pada berita cetak maupun media online. Semakin publik percaya kepada pemberitaan di akun tersebut, maka tingkat kredibilitas medianya juga bisa dikatakan semakin tinggi. Begitu juga sebaliknya, apabila kepercayaan publik kepada suatu pemberitaan di media rendah, maka tingkat kredibilitas medianya rendah.

- H_0 : Tidak terdapat tingkat nilai kredibilitas yang tinggi pada portal berita *online* Indozone.id dalam pemberitaan Omnibus Law UU Cipta Kerja.
- H_a : Terdapat tingkat nilai kredibilitas yang tinggi pada pada portal berita *online* Indozone.id dalam pemberitaan Omnibus Law UU Cipta Kerja.

Hasil penelitian oleh Salwen, Garrison dan Driscoll (2015:153) dengan 12 indikator menemukan bahwa setiap media memiliki komponen faktor yang berbeda untuk mengukur kredibilitas. Pada media *online* ada satu faktor yang

tidak muncul pada media sebelumnya, yaitu tidak bias. Artinya media *online* seringkali ditemukan oleh pembaca melakukan bias pada pemberitaan yang dimuat. Hal ini berkaitan dengan dimensi *currency* dari media *online* yaitu *update*, di mana berita *online* disajikan dengan cepat sehingga jurnalis seringkali menulis fakta dan opini berdasarkan kejadian tanpa adanya konfirmasi terlebih dahulu. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya kecenderungan mana dimensi kredibilitas yang tinggi pada penelitian kredibilitas di media *online*.

Hipotesis kedua diukur menggunakan uji satu sampel (*one sample t test*), yaitu pengujian hipotesis pada penelitian deskriptif satu variabel di mana data yang dihasilkan berbentuk interval atau rasio. (Sugiyono, 2016:152). Uji t pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui adanya perbedaan secara statistik yang signifikan antara *mean* untuk melihat kecenderungan dimensi kredibilitas mana yang paling tinggi diantara *trustworthy*, *currency*, dan bias

- Jika $\text{sig} > 0,05$, maka H_0 diterima
- Jika $\text{sig} < 0,05$, maka H_0 ditolak
- H_0 : Tidak terdapat kecenderungan dimensi kredibilitas yang paling tinggi diantara *trustworthiness*, *currency*, dan bias dalam kredibilitas portal berita Indozone.id dalam pemberitaan Omnibus Law UU Cipta Kerja.
- H_a : Terdapat kecenderungan dimensi kredibilitas yang paling tinggi diantara *trustworthiness*, *currency*, dan bias yang dalam kredibilitas portal berita Indozone.id dalam pemberitaan Omnibus Law UU Cipta Kerja.

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif (Bungin, 2006: 36) bertujuan untuk menjelaskan, meringkas macam-macam kondisi, situasi, atau berbagai variabel yang muncul di masyarakat dan menjadi objek penelitian itu berdasarkan masalah apa yang terjadi.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada portal berita *online* Indozone.id dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *Google Form* kepada mahasiswa aktif di Yogyakarta sesuai dengan kriteria responden.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah tiga pemberitaan mengenai Omnibus Law UU Cipta Kerja pada portal berita Indozone dengan judul berikut:

- a. Drama Mik Mati Saat Pengesahan Omnibus Law UU Cipta Kerja, Ini Penjelasan DPR
- b. Demo Tolak UU Cipta Kerja di Yogya Ricuh Massa Lempar Batu Polisi Kewalahan
- c. UU Cipta Kerja Resmi Diteken Demokrat Jokowi Abaikan Aspirasi Rakyat

Pemilihan tiga berita dipertimbangkan oleh peneliti dengan alasan, Berita 1 yaitu pengesahan UU Cipta Kerja oleh DPR RI pada 5 Oktober

2020 dipilih karena menjadi trending topik dan ramai dibicarakan warganet sesaat setelah pengesahan tersebut, dan ada drama mik mati saat sidang. Tiga trending topik teratas yaitu, #tolakomnibuslaw, #mositidakpercaya, #dprkhianatirakyat. (Sumber: <https://www.idntimes.com/news/indonesia/ily-as-listianto-mujib-1/uu-cipta-kerja-gol-tagar-tolak-omnibus-law-trending-topic-di-twitter/2> diakses pada 23 Juli 2020)

Berita 2 adalah puncak demo Omnibus Law UU Cipta Kerja yang terjadi di beberapa kota pada 8 Oktober 2020 salah satunya adalah Yogyakarta. Demo tersebut melibatkan mahasiswa dan buruh, di mana mahasiswa menjadi subjek penelitian ini. (Sumber: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5313443/kilas-balik-omnibus-law-didemo-besar-besaran-hingga-diteken-jokowi> diakses pada 23 Juli 2020)

Berita terakhir dipilih sebagai lanjutan proses kasus Omnibus Law UU Cipta Kerja di mana akhirnya UU Cipta Kerja resmi disahkan oleh Presiden Jokowi pada 2 November 2020 yang kemudian bisa diakses pada situs resmi Sekretariat Negara. Tiga berita ini dipilih sebagai sampel dari perjalanan kasus Omnibus Law UU Cipta Kerja saat tengah ramai dibicarakan.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi menurut (Sugiyono, 2017: 80) merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik maupun kualitas yang sesuai dan ditetapkan dulu oleh peneliti untuk

dijadikan bahan belajar sehingga menghasilkan kesimpulan. Populasi tidak hanya berbicara jumlah dari objek atau subjek tetapi meliputi sifat-sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Yogyakarta yang tergabung dalam aksi demo UU Cipta Kerja.

b. Sampel

Sampel menurut (Martono, 2016:76) adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan yang sesuai dengan penelitian untuk dipilih menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.

Penelitian ini menggunakan metode purposif sampling (Martono, 2016:81) yaitu sampel bertujuan, di mana responden dalam penelitian sudah ditentukan dengan pertimbangan tertentu. Kriteria responden dipilih berdasarkan potensi dan orang yang benar mengetahui topik penelitian ini. Teknik ini digunakan untuk mengambil sampel dari portal berita Indozone.id. Kriteria khusus pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif Yogyakarta yang ikut atau tergabung dalam aksi UU Cipta Kerja, dan pernah membaca berita Omnibus Law UU Cipta Kerja di portal berita Indozone. Penentuan sampel berasal dari populasi mahasiswa aktif di Yogyakarta yang mengikuti demo UU Cipta Kerja, yaitu sebanyak 5000 mahasiswa. Responden akan ditentukan dengan Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan : n = sampel

N = populasi

e = batas toleransi kesalahan, 5% (0,05)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{5000}{1 + (5000 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{5000}{1 + (5000 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{5000}{1 + 12,5}$$

$$n = \frac{5000}{13,5}$$

$n = 370,37$; disesuaikan oleh peneliti 370 responden.

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas maka jumlah sampel yang diambil oleh peneliti berjumlah sebanyak 370 orang responden dan berasal dari mahasiswa aktif Yogyakarta yang mengikuti aksi demo UU Cipta Kerja dan pernah membaca pemberitaan Omnibus Law UU Cipta Kerja di portal berita Indozone.id

5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menurut (Bungin, 2006: 123) merupakan bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau

tidaknya suatu penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dan studi dokumen.

a. Kuesioner

Kuesioner atau metode angket menurut (Bungin, 2006: 123) berisi daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kuesioner tersebut dibagikan kepada responden untuk diisi sehingga menghasilkan data. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner melalui *google form* dan akan disebarakan kepada mahasiswa aktif Yogyakarta yang pernah mengikuti aksi demo UU Cipta Kerja dan pernah membaca berita di Portal berita Indozone.

Data kuesioner diukur dengan teknik pengukuran skala likert. Variabel yang diukur dengan skala likert akan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan acuan untuk menyusun pertanyaan. Responden akan menjawab kuesioner dengan skala 1 sampai 5 sebagai skala penilaian. (Sugiyono, 2017: 93)

Tabel 1. 2

Penilaian Skala Likert dan Opsi Jawaban

Penilaian	Opsi Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Ragu-ragu

4	Setuju
5	Sangat Setuju

b. Studi Dokumen

Studi Dokumen atau yang disebut metode dokumentasi menurut (Bungin, 2006: 144) adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Pada penelitian ini dokumen yang dibutuhkan adalah profil dan sejarah Indozone.id yang diambil melalui berita, jurnal, dan website.

6. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data (Sugiyono, 2017: 147) merupakan kegiatan yang dilakukan apabila data dari seluruh responden atau sumber data yang lain sudah terkumpul. Pada tahap ini data akan dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden untuk disajikan dalam bentuk tabel, kemudian data dihitung untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah mean, median, modus.

a. Mean

Mean adalah nilai rata-rata dari data yang sudah terkumpul

- Mean Data Kelompok

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

Keterangan: x = Jumlah tiap data

$N = \text{Jumlah responden/data}$

b. Median

Median atau nilai tengah adalah nilai yang berada di tengah-tengah apabila data yang terkumpul sudah diurutkan dari terkecil hingga terbesar maupun sebaliknya.

- Median Data Kelompok

$$\text{Data ke } \frac{N+1}{2}$$

Keterangan: $N = \text{Jumlah responden/data}$

c. Modus

Modus merupakan nilai pada data yang paling sering muncul.

- Modus Data Kelompok

$$Mo = Bb + P \left(\frac{f1}{f1+f2} \right)$$

Keterangan: $Bb = \text{Batas bawah kelas nilai modus}$

$P = \text{Panjang kelas}$

$f1 = \text{Selisih antara } f \text{ modus dengan } f \text{ sebelumnya}$

$f2 = \text{Selisih antara } f \text{ modus dengan } f \text{ setelahnya}$

d. Standar Deviasi/Simpangan Baku

$$SD = \sqrt{\frac{\sum fx^2 - \frac{(\sum fx)^2}{\sum f}}{\sum f - 1}}$$

Keterangan: S: Simpangan baku sampel

x: Simpangan rata-rata

f: Jumlah sampel

7. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sifat-sifat objek. Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek peneliti. Penelitian ini menggunakan *confirmatory factor analysis* (CFA) yang digunakan ketika faktor yang terbentuk telah ditetapkan terlebih dahulu. Hal ini dapat dilakukan melalui pengujian *Kaiser Meyer Olkin* (KMO). Analisis faktor dapat dilakukan bila indeks KMO lebih besar dari $> 0,5$. Pengujian validitas menggunakan bantuan SPSS. (Yamin, 2014:179).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu dapat dipercaya, alat ukur pada penelitian dikatakan reliabilitas jika digunakan lebih dari satu kali oleh peneliti yang sama maupun berbeda namun tetap memiliki hasil yang sama. Dikatakan reliabel apabila memiliki data yang sama dalam waktu yang berbeda. Pada penelitian ini menggunakan Alpha Cronbach

dengan bantuan SPSS, untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dengan nilai > 0,6 maka penelitian akan dikatakan reliabel (Arikunto, 2010: 221). Berikut langkah uji menghitung reliabilitas dengan rumus:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{s_r^2 - \sum s_r^2}{s_x^2} \right]$$

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

k = jumlah item pertanyaan yang diujikan

$\sum s_r^2$ = jumlah varian skor item

s_x^2 = varian skor-skor test (seluruh item K)