

KREDIBILITAS MEDIA ONLINE DALAM PANDANGAN MAHASISWA

¹⁾Loisari Hoerunnisa, ²⁾Khoiruddin Muchtar, ³⁾Cecep Suryana

^{1,2,3)} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Islam Negeri
Sunan Gunung Djati

^{1,2,3)} Jl. A.H. Nasution No.105, Cipadung, Kec. Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat 40614-
Indonesia

E-mail : loisari1996@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik memandang kredibilitas Media Online Detik.com, yang meliputi tiga dimensi yakni kepercayaan, kekinian, dan tidak bias. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi ke lapangan. Metodologi dengan pendekatan kualitatif digunakan agar memiliki gambaran yang lengkap dan mendalam mengenai permasalahan yang diteliti. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa kredibilitas di Media Online Detik.com dalam pandangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung adalah positif. Secara garis besar Media Online Detik.com merupakan media sudah kredibel. Namun perlu ada beberapa hal yang ditinjau kembali dalam sistem penyajian berita yang disajikan secara berangsur dalam judul yang berbeda tetapi masih dalam satu isu, namun hal itu tidak mempengaruhi pendapat mahasiswa mengenai kepercayaan terhadap pemberitaan di Media Online Detik.com.

Kata Kunci: kredibilitas, media online, pandangan mahasiswa.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how Journalism Communication Science students perceive the credibility of Detik.com Online Media, which includes three dimensions, namely trustworthiness, current, and unbiased. The method used in this study is a qualitative descriptive method, using in-depth interviews and field observations. The methodology with a qualitative approach is used in order to have a complete and in-depth picture of the problem under study. The results of this study concluded that the credibility of Detik.com Online Media in the view of Communication Studies Journalism students at UIN Sunan Gunung Djati Bandung was positive. Broadly speaking, Detik.com Online Media is credible media. However, there are a number of things that need to be reviewed in the news presentation system which are presented gradually under different titles but are still in one issue, but that does not affect students' opinions about the belief in reporting on Detik.com Online Media.

Keyword: *credibility, online media, student views*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.

Maraknya hoax melahirkan keprihatinan sekaligus kesadaran berbagai pihak mengenai pentingnya segera dilakukan upaya untuk meredam hoax. Oleh karena itu peran pers sangat diperlukan agar hoax tidak lagi menjamur di masyarakat. (Manika, 2018: 41)

Dalam perkembangan jurnalistik, telah muncul media baru. Di era ini masyarakat membutuhkan berita yang tidak hanya actual, terpercaya dan menarik saja namun juga kecepatan. Media massa yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut ialah media online.

Badan Pusat Statistika tahun 2013, jumlah pengguna internet mengalami kenaikan yang pesat menjadi 35,64% di tahun 2014. Sedangkan data Badan Pusat Statistik menunjukkan di tahun 2005 pengguna internet baru mencapai 3,34%.. sedangkan di tahun 2018 pengguna internet sudah mencapai 64,8%.. kenaikan pengguna internet ini menjadi bukti bahwa fenomena media massa akan digantikan dengan media online benar terjadi.

Melihat perkembangan teknologi sekarang ini, media online tumbuh dengan cepat. Cepatnya perkembangan teknologi membuat media online menghasilkan beragam karakteristik yakni immediacy, multiple pagination, multimedia, archiving dan relationship with reader (Romli, 2014:15 dalam Ward, 2002: 24).

Terdapat contoh kasus yang jelas dalam media online ialah kasus Imanda Amalia. Ialah wanita asal Indonesia yang dikabarkan tewas di mesir ditengah pergolakan politik negeri itu. Imanda Amalia merupakan aktivis Badan Pekerja dan Bantuan PBB untuk Pengungsi Palestina di Timur Dekat, UNRWA (the United Nation Relief and Works Agency for Palestine Refugees in the Near East). Tetapi ternyata Imanda sehat walafiat bahkan ia mengaku bingung mengapa namanya disebut sebut dalam pemberitaan ini. Ternyata semua media yang mengabarkan Imanda tewas merujuk pada halaman facebook, science of univers. (Margianto, Syaifulloh, 2015: 3)

Salah satu media online yang menyebarkan berita tersebut ialah media online Detik.com. Detik.com merupakan salah satu media online yang telah lama keberadaannya di Indonesia. Sebagai pelopor seharusnya media tersebut bisa memberikan berita yang akurat dari pada media online yang lainnya (Margianto, Syaifulloh, 2015: 5)

Melihat fenomena tersebut sebagai pembaca juga harus pintar dalam mencek dan recek suatu berita, Sesuai dengan ayat al- quran surah Al- Hujurat 49:6 yang artinya:

“ Wahai orang- orang yang beriman, jika datang kepadamu seorang fasik membawa suatu berita, maka telitilah mencari kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan) yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu”. (Departemen Agama RI, 2008: 516)

Ayat tersebut dijadikan landasan dari agama sebagai landasan dalam kehidupan sebagai pedoman untuk bias lebih cermat dalam memilah dan memilih berita mana yang layak untuk dijadikan referensi pengetahuan karena pada dasarnya kehidupan manusia haruslah didasari oleh sesuatu yang pasti dan jelas (Shihab, 2002:230).

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti: (1). Laura Hilmi, perbedaannya dalam objek penelitian. Peneliti meneliti tentang kredibilitas portal Media Online

Detik.com. (2). Muhammad Noor Azis Kautsar, perbedaannya terdapat pada metode penelitian. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif. (3). Canggih Aralia Aprianti Ode, perbedaannya dalam metode penelitian. Peneliti sebelumnya menggunakan metode penelitian kuantitatif dan peneliti menggunakan metode kuantitatif.

Lokasi penelitian ini adalah objek pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2016 Fakultas Dakwah Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. terdapat di Jalan A.H. Nasution No. 105 Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif Deskriptif. Karena metode penelitian tersebut dianggap sesuai dengan tema penelitian yang akan dibahas. Dalam penelitian kualitatif data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan juga arsip dokumentasi yang didapat dari narasumber. Kemudian data yang dihasilkan akan dideskripsikan berdasarkan temuan dilapangan ketika penelitian berlangsung.

B. Tinjauan Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori atau konsep Kredibilitas media sebagai landasan. Kredibilitas Media (Media Credibility) merupakan ukuran kepercayaan public terhadap suatu media. semakin public percaya maka tingkat kredibilitas medianya juga semakin tinggi.

Ada dua komponen yang penting dalam menuliskan berita yakni keahlian dan kejujuran. Keahlian merupakan kemampuan dasar yang dimiliki seorang komunikator yang dinilai tinggi seperti kecerdasan, pengetahuan, kemampuan serta pengalaman. Sebaliknya, komunikator yang dinilai rendah dianggap tidak memiliki pengetahuan, tidak memiliki pengalaman, dan bodoh.. serta kejujuran merupakan hasil penilaian komunikat terhadap komunikator yang berkaitan dengan sifatnya apakah komunikator seseorang yang dinilai jujur, tulus, bermoral, adil, sopan, atau etis? Atau apakah ia dinilai sebaliknya? (Rakhmat, 1996:260)

Berita merupakan salah satu lembaga yang menafsirkan masyarakat informasi. Secara historis, sudah terlihat dengan jelas bahwa nilai ketidak berpihakan, kebenaran di temukan oleh tuntutan sosial dan budaya. (Hall, 2001:11)

Masalah mendasar terhadap sifat media yang sebagian keadaannya bermula dari perantara yang membutuhkan dimensi. Hal tersebut berarti informasi yang akan disampaikan dari komunikan ke komunikator telah dirubah, rusak, atau dikurangi. Selanjutnya masuk di abad 19, setelah tehapusnya kelompok borjuis yang mengatur batas pemberitaan di media keberpihakan, objketivitas dan kebenaran mulai menjadi sesuatu yang dibutuhkan dalam media (Hall, 2002:47)

Lebih lengkapnya lagi dalam mengukur kredibilitas media online, yakni: (1). Pemberitaan yang dapat dipercaya mencakup dimensi *trustworthiness, believability, accuracy, report the whole story, balance, fairness*. Tiga dimensi yang disebutkan lebih dulu memiliki kontribus yang lebih menonjol. (2). Kekinian dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *currency, up to date, timeliness*. Ketiga dimensi memiliki proporsi yang hamper seimbang dalam

menentukan faktor ini. (3). Tidak bias dalam pemberitaan yang mencakup dimensi bias, dan objective. Dimensi bias memiliki kontribusi yang lebih besar dalam menentukan faktor ini.

Landasan atau teori kredibilitas dalam media online yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kredibilitas media online oleh Salwen, Garison, dan Driscoll (2005:147) yang menggunakan dimensi milik Gaziano dan Mcgrath. Pada hasil penelitian yang dilakukan menemukan bahwa dengan menggunakan skala likert dimana responden dipersilahkan untuk memberikan nilai dengan skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju), 12 dimensi yang ditanyakan untuk mengukur kredibilitas media adalah *trustworthiness, currency, bias, fairness, reporting the whole story, objectivity, honesty, up to date, believability, balance, accuracy, and timelines*.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Salwen, Garrison, dan Driscoll yang menggunakan dimensi milik Gaziano dan Mcgrath dalam mengukur kredibilitas sebuah media, maka diperoleh kesimpulan bahwa teori kredibilitas dalam media online meliputi: (1). Pemberitaan yang dapat dipercaya mencakup dimensi *trustworthiness, believability, accuracy, report the whole story, balance, fairness*. Tiga dimensi yang disebutkan lebih dulu memiliki kontribusi yang lebih menonjol. (2). Kekinian dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *currency, up to date, timeliness*. Ketiga dimensi memiliki proporsi yang hampir seimbang dalam menentukan faktor ini. (3). Tidak bias dalam pemberitaan yang mencakup dimensi bias, dan objective. Dimensi bias memiliki kontribusi yang lebih besar dalam menentukan faktor ini.

Adanya kecanggihan teknologi tersebut, informasi kini tidak lagi mengandalkan surat kabar atau majalah saja. Tetapi informasi itu bias langsung secara cepat didapatkan oleh masyarakat melalui internet, media audio seperti radio (Mughtar & Ghalia, 2018:148).

Media baru (new media) merupakan sarana teknologi komunikasi yang memiliki jangkauan yang luas sehingga membawa perubahan terhadap media massa yang sifatnya hanya satu arah. Sehingga memunculkan jenis masyarakat yang baru dengan ciri memiliki jaringan komunikasi interaktif yang rumit (Mcquail, 2000:148)

Berbeda dengan karakteristik media konvensional media online memiliki karakteristik yang khas yakni multimedia, aktualitas, cepat, *up to date*, kapasitas luas, fleksibilitas, luas, interaktif, telekomunikasi, dan *hyperlinked*. (Romli, 2014:33).

Proses persepsi atau pandangan merupakan suatu proses kognitif yang dipengaruhi oleh pengalaman, cakrawala, dan pengetahuan individu. (Allport dalam Anshari, 2013).

Berdasarkan uraian diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengalaman yang didapat melalui proses sensasi dan penginderaan dapat mempengaruhi terbentuknya persepsi dan pandangan sehingga menghasilkan pandangan dalam arti mengerti, mengetahui dan memahami.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian tersebut dianggap sesuai dengan tema penelitian yang dibahas, dalam penelitian kualitatif data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang dihasilkan dideskripsikan berdasarkan temuan lapangan ketika penelitian berlangsung.

Penelitian deskriptif mengacu pada penjabaran tentang suatu objek dalam lingkungan sosial, sehingga data yang dideskripsikan dapat disajikan dengan natural. Temuan yang dideskripsikan tidak hanya hasil dari penangkapan indra pengelihatannya saja, melainkan harus peka terhadap hal-hal spesifik untuk mengungkap pertanyaan mengapa dan bagaimana suatu realitas sosial (Muchtart, 2013 : 11).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, data ini menggunakan kata-kata untuk menggambarkan fakta dan fenomena yang terjadi. Jenis data yang digunakan peneliti berupa hasil wawancara mendalam berupa lisan maupun tulisan dan ditulis berupa laporan.

Informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2016, adapun criteria informan dilihat dari aspek keahlian atau pendidikan, relasi atau hubungan dengan media online detik.com, berpengalaman dengan pers.

Teknik penentu keabsahan data menggunakan teknik triangulasi, Triangulasi merupakan teknik pemeriksa keabsahan data untuk mengecek data atau sebagai pembanding data tersebut. Penelitian ini menggunakan tiga macam triangulasi, pertama triangulasi sumber, merupakan data yang berupa informasi ataupun dokumen dari setiap arsip yang berkaitan dengan data penelitian. Kedua, triangulasi teknik data yang dihasilkan dari proses wawancara, observasi serta dokumentasi. Ketiga, triangulasi waktu, menjelaskan kapan dilaksanakannya pengumpulan data. Untuk mendapatkan hasil penelitian dilanjutkan dengan proses pengolahan, yang akan menggunakan model analisis data interaktif miles dan haberman, dengan beberapa langkah yaitu; reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

HASIL

Peneliti mewawancarai 10 mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurusan Jurnalistik Angkatan 2016 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai informan penelitian. Informan dalam penelitian ini dipandang sudah sesuai dengan apa yang disarankan oleh Jalaludin Rakhmat. Ada dua komponen penting sebagai informan yakni memiliki keahlian dan kejujuran dalam menyampaikan informasi.

Pandangan Mengenai Kepercayaan dalam Pemberitaan Media Online Detik.Com.

Berdasarkan hasil penelitian, pandangan mahasiswa mengenai kepercayaan dalam pemberitaan Media Online Detik.com dibagi menjadi enam dimensi yakni *trustworthiness* (kepercayaan), *believability* (keterpercayaan), *accuracy* (akurat), *report the whole story* (kelengkapan berita), *balance* (keseimbangan), *fairness* (adil).

Hasil penelitian berdasarkan pada pandangan mahasiswa mengenai kredibilitas menghasilkan bahwa sebagian besar memandang bahwa kepercayaan terhadap Media Online Detik.com kurang percaya ditinjau dari kepercayaan, akurat, dan kelengkapan berita Dan sebagian kecil lainnya memandang atau mempersepsi percaya terhadap pemberitaan Media

Online Detik.com ditinjau dari kepercayaan, akurat, dan kelengkapan berita.

Menurut informan 1, untuk pemberitaan di Media Online Detik.com dipandang kurang percaya. Menurutnya, Media Online Detik.com terlalu mengutamakan kecepatan sehingga jika membaca Media Online Detik.com harus membaca referensi berita di portal media yang lain. Tetapi dalam segi keobjektifitasannya Media Online Detik.com dipandang sudah objektif dalam memaparkan pemberitaannya.

Selain ditinjau dari kepercayaan terhadap pemberitaan Media Online Detik.com, informan 1 juga memandang keseluruhan mengenai akurasi antara judul dan isi berita. Menurutnya, antara judul dan isi kurang akurat terkadang ada beberapa berita yang *clickbait*, juga ada judul yang di lebih-lebihkan tetapi masih berhubungan dengan isi berita. Demikian juga akurasi antara foto dan isi berita. Menurutnya, foto yang ditampilkan sudah sesuai dengan isi yang diberitakan.

Selain ditinjau dari keakuratan berita, informan 1 memandang atau mempersepsi mengenai kelengkapan berita. Menurutnya, kelengkapan pemberitaan di Media Online Detik.com sudah lengkap jika ditinjau dari unsur 5W+1H. meskipun menurut informan 1, pemberitaan di Media Online Detik.com dalam menyampaikan informasi masih dipandang kurang lengkap. karena, dalam melaporkan berita secara berangsur.

“Kalau dari unsur 5W1H udah komplit, kalau menurut aku di detik.com infonya kaya cumin selewat. Berita di detik.com itu kadang berkelanjutan satu berita muncul duluan terus nanti ada berita lanjutan lagi dan kadang dari berita satu ke yang lain ada ditambahin revisi” (*sumber wawancara dengan Sarafina Khairah, Jum'at, 26 Juli 2019*).

Senada dengan informan 1, informan 2 mengungkapkan bahwa Media Online Detik.com kurang percaya. Menurutnya, Media Online Detik.com terlalu mengandalkan kecepatan sehingga narasumber kurang diperhatikan dan mempengaruhi terhadap keakuratan berita bahkan ada beberapa berita yang ditarik kembali oleh pihak redaksi.

Informan 2 memandang secara menyeluruh mengenai akurasi judul dan isi sudah akurat, demikian pula akurasi foto dan isi berita menurutnya, sudah akurat. Sudah ada kesinambungan dari foto dan isi berita.

Selain ditinjau dari aspek akurasi, informan 2 juga memandang secara menyeluruh mengenai kelengkapan berita. ditinjau dari unsure kelengkapan 5W+1H menurutnya sudah lengkap bahkan memang karna Media Online Detik.com mengutamakan kecepatan informan 2 menganggap detik sangat mengutamakan unsure 5W+1H.

Sebagai media massa dengan cakupan yang luas, sangat wajar bila hukum dan peraturan tentang pers harus diatur sedemikian rupa (Zulaikha, 2018:96). Kelengkapan berita dapat dilihat dari keberadaan rumus 5W 1H yang sesuai dengan standar teknis penulisan jurnalistik. Selain memenuhi standar, rumus 5W 1H juga berguna untuk pembaca agar lebih mudah dalam memahami isi berita. Setiap berita yang dilaporkan harus mengandung enam unsur yakni apa (*what*), siapa (*who*), kapan (*when*), dimana (*where*), mengapa (*how*) (Sumadiria, 2014:118)

Selain ditinjau dari aspek kepercayaan, informan 6 juga memandang secara menyeluruh

akurasi antara foto dan isi berita. menurutnya, antara foto dan isi sudah akurat walaupun terkadang hanya gambar ilustrasi atau foto jurnalistik tetapi bukan dari wartawan detik atau mengambil dari Media Sosial. Informan 6 juga memandang akurasi judul berita dan isi berita. menurutnya ada beberapa judul yang hanya clickbait saja.

Senada dengan informan 6, secara menyeluruh informan 7 juga kurang percaya terhadap pemberitaan di Media Online Detik.com. menurutnya, detik.com selalu mengutamakan kecepatan sehingga tahapan verifikasi beritanya luput. Sehingga ada beberapa kanal yang menggunakan opini dalam pemberitaannya.

Selain di tinjau dari aspek kepercayaan, informan 7 juga memandang dari aspek akurasi judul dan isi pemberitaan. Menurutnya, antara judul dan isi cenderung clickbait. Cenderung hanya untuk menarik pembaca saja tidak sesuai dengan isi beritanya.. informan 7 juga memandang akurasi foto dan isi berita. menurutnya, ada kanal yang fotonya tidak sesuai dengan isi berita tetapi juga ada yang sesuai seperti kanal politik.

“Akurasi judul dan isi berita menurut pengalaman aku kalau baca Media Online Detik.com cenderung clickbait hanya untuk memancing pembaca saja. Kalau akurasi foto dan isi berita kalau kanal seperti politik itu nyambung tetapi kalau yang seperti detikteknologi itu terkadang kurang nyambung” (*sumber wawancara dengan Harisul Amal. Senin, 29 Juli 2019*).

Selain meninjau dari aspek keakuratan, informan 7 juga memandang dari aspek kelengkapan berita. dilihat dari unsure 5W+1H. menurutnya, terkadang hanya ada 5 unsur, unsure yang lainnya di terdapat pada berita yang lainnya. dan secara menyeluruh Media Online Detik.com kurang lengkap dan mendalam karena Media Online Detik.com memaparkan berita tidak dalam satu judul namun, dalam judul yang berbeda dari isu yang sama.

Selain meninjau dari aspek kelengkapan, informan 7 juga meninjau dari aspek keseimbangan. Menurutnya, secara umum sudah sesuai, walaupun beritanya tidak 5W+1H tetapi caption di foto sudah mewakili 5W+1H.

Berita seharusnya menyajikan suatu peristiwa yang mendalam, dapat dipercaya, dan makna pemberitaan harus yang cerdas. Media dalam menyajikan beritanya tidak boleh menyatakan sesuatu yang tidak benar, akurat, objektif dan harus menyajikan berita yang informasinya bersifat luas (internasional), serta bukan hanya memberikan informasi dari dasarnya saja tetapi menyajikan berita secara kumulatif dan harus sesuai dengan fakta yang berada di lapangan (Kusumaningrat, 2014:5)

Informan 4 mempercayai pemberitaan pada Media Online Detik.com karena menurutnya, media tersebut merupakan pelopor dalam media yang berbasis online serta media tersebut juga sudah menjadi media berbasis online yang besar/dikenal banyak orang.

“Cukup percaya, karena Media Online Detik.com memang media yang sudah besar atau dikenal banyak orang dan Media Online Detik.com juga merupakan pelopor dalam media yang berbasis online” (*wawancara dengan Rico Bagus. Sabtu, 27 Juli 2019*)

Senada dengan informan 4, secara umum informan 5 mempercayai terhadap pemberitaan di Media Online Detik.com karena Media Online Detik.com merupakan media yang sudah populer dan sudah terverifikasi dewan pers. Juga Media Online Detik.com sudah menjadi situs resmi yang memiliki legalitas sebagai situs ternama sehingga media tersebut akan menyajikan pemberitaan yang akurat dan dapat dipercaya. Juga karena Media Online Detik.com cepat dalam menyajikan pemberitaannya.

Senada dengan informan 5, secara umum informan 10 mempercayai pemberitaan dalam Media Online Detik.com. menurutnya, Media Online Detik.com merupakan media online yang sudah lama keberadaannya.

Selain ditinjau dari segi kepercayaan terhadap Media Online Detik.com, juga ditinjau dari segi keakuratan isi dengan judul berita menurut informan 4 sudah akurat meskipun ada beberapa berita yang clickbait. Juga akurat foto dan isi menurutnya sudah akurat.

Enam informan sepakat memandang atau mempersepsi Media Online Detik.com jika dilihat dari dimensi kepercayaan sudah percaya. Namun enam informan tersebut beranggapan jika dilihat per berita kelengkapan berita Media Online Detik.com kurang karena pemberitaan di Media Online Detik.com disajikan secara terpisah masih dalam isu yang sama namun judulnya berbeda. Tetapi, jika dilihat dari keseluruhan berita Media Online Detik.com sudah lengkap dalam menyajikan pemberitaannya. Empat informan yang lain, memandang pemberitaan di Media Online Detik.com tidak dapat dipercaya karena keakuratan dalam menyajikan pemberitaannya kurang karena Media Online Detik.com terlalu mengutamakan kecepatan sehingga tahap verifikasi diabaikan dan mengurangi esensi keakuratan beritanya.

Berdasarkan konsep tersebut, peneliti memahami bahwa kepercayaan pemberitaan dapat dilihat dari bagaimana kelengkapan isi berita, keakuratan seluruh berita termasuk peninjauan dari kesinambungan antara judul dan isi berita maupun foto dan isi berita dan berita tidak mengandung opini. Berdasarkan hasil penelitian, informan memandang secara keseluruhan sudah percaya terhadap pemberitaan di Media Online Detik.com.

Akurasi dalam produk jurnalistik menjadi elemen yang paling dasar dan paling utama. Keakurasian dinilai dari ejaan, penulisan (tidak ada typo), hingga yang paling utama informasi seperti penggunaan istilah, penulisan narasumber, dan yang lainnya. Jika seorang jurnalis tidak memenuhi dimensi akurasi maka bisa dipastikan jurnalis tersebut melakukan kesalahan dalam menyajikan tau menangkap arti fakta yang ada di lapangan. Hal tersebut bisa membahayakan khalayak yang membaca dan bisa menjadi berita yang dianggap hoax (Ambardi dkk, 2017:102).

Kekinian dalam Pemberitaan Media Online Detik.com

Menurut hasil penelitian, pandangan mahasiswa mengenai kekinian dalam pemberitaan Media Online Detik.com seluruhnya memandang Media Online Detik.com *up to date* dalam menyebar luaskan pemberitaannya. Berikut ini uraian yang lebih rinci dari hasil penelitian tersebut. Informan 1, memandang dari segi kekinian dalam pemberitaan Media Online Detik.com sudah *sangat up to date* dalam menyebarluaskan pemberitaannya.

“Selalu up to date, sangat up to date detik.com selalu terdepan” (*sumber wawancara dengan Sarafina Khairah, Jum'at, 26 Juli 2019*).

Pandangan tersebut disepakati oleh Sembilan informan lainnya. pemberitaan Media Online Detik.com sangat up to date.

Salah satu keunggulan media online yakni kecepatan dalam menyajikan beritanya. Tidak harus menunggu lama untuk dapat mengetahui berita yang terjadi bahkan pada saat ini, pembaca sudah bisa mengetahui peristiwa apa yang sedang terjadi.

Pendapat tersebut senada dengan pendapat Yunus, media online merupakan salah satu media massa yang bersifat khas dan memiliki keunggulannya tersendiri. Kekhasan media online ialah harus memiliki jaringan internet supaya khalayak bisa membaca informasi yang media online tersebut suguhkan. Keunggulannya berita dalam media online memiliki sifat yang uptodate, real time, dan praktis (Yunus, 2010:32)

Kemudahan dalam mengakses informasi menjadi tuntutan untuk media online itu sendiri agar dalam menyajikan beritanya secara cepat dan real time. Seiring dengan berkembangnya teknologi, di era modern ini kecepatan menjadi pengikat dalam aspek kehidupan, termasuk dalam dunia kejournalistikan, bahkan kecepatan telah menarik kepada putaran kompetisi global (Iskandar, 2016:29)

Dalam penelitian mengenai kekinian dalam pemberitaan Media Online Detik.com menurut pandangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik dalam mengukur kredibilitas media online, muncul satu pandangan atau persepsi yang sudah peneliti paparkan sebelumnya. Yakni kesepuluh informan memandang bahwa Media Online Detik.com sudah sangat *up to date* dalam menyajikan beritanya.

Selain harus menyajikan berita secara akurat, wartawan juga dituntut untuk berhati-hati dalam menuliskan pemberitaan. Mengingat pekerjaan seperti wartawan memiliki dampak luas. Dimulai dari kecermatannya dalam menuliskan angka dalam penulisan usia ataupun tanggal, nama seseorang, tempat, atau instansi, serta harus disipiln terhadap cek dan recek kembali berita serta keterangan fakta yang akan di sajikan kepada khalayak (Kusumaningrat, 2014:48).

Ketidakbiasan dalam Pemberitaan Media Online Detik.com.

Dimensi bias yang peneliti maksud ialah tidak terdapat keberpihakan atau predisposition dalam suatu berita sehingga berita bersifat *cover both side* atau menyajikan informasi secara adil dengan menengahkan pandangan dari sebelah pihak. *Cover both side* mengacu kepada apakah berita berimbang dan apakah berita disajikan secara adil dan mengesiskan pandangan dari pihak-pihak yang ada. Berita dikatakan tidak bersifat *cover both side* jikalau pemberitaannya tidak memuat kepada dua sisi, sebaliknya jika berita dimuat secara dua sisi disebut dua sisi atau *cover both side* (Ode, 2014:79)

Menurut hasil penelitian, pandangan mahasiswa mengenai tidak biasnya pemberitaan dapat dibagi menjadi dua kategori. Pertama, informan memandang atau mempersepsi objektif dalam

isu yang sensitive dan *cover both side* dalam pemberitaannya sudah *objective* dan *cover both side*, kedua, informan memandang atau mempersepsi objektivitas dan *cover both side* dalam pemberitaan di Media Online Detik.com kurang atau sesuai dengan pembahasan beritanya.

Sebagian besar informan memandang kurang *cover both side* dalam menyampaikan pemberitaannya. Sebagian kecil memandang sudah *cover both side* dalam menyampaikan pemberitaannya. Sedangkan dari keobjektifitasannya, setengah informan memandang kurang objektif dalam menyampaikan pemberitaannya. Dan setengahnya lagi memandang sudah *objective* dalam menyampaikan pemberitaannya. Berikut uraian yang lebih rinci mengenai dua pandangan tersebut.

Menurut Informan 5, *cover both side* dalam menyampaikan pemberitaan di Media Online Detik.com terkadang hanya dari satu pihak saja. Meskipun ada dua tetapi dari pihak yang sama.

“Aku suka baca detik.com tetapi terkadang narsumbarnya hanya ada satu tapi kadang juga ada yang dua narasumber, terkadang juga ada dua narasumber tapi dari pihak yang sama” (*sumber wawancara dengan narasumber Alma Triayuna. Minggu, 28 Juli 2019*)

Selain dilihat dari sifat *cover both side* nya, informan 5 juga memandang dari keobjektifitasan media online detik.com dalam menuliskan berita yang sensitive. Menurutnya, dalam pemaparan berita tersebut Media Online Detik.com kurang *objective* masih ada terlihat beberapa berita yang memihak suatu kubu.

“Aku baca pemberitaan mengenai pemilu, detik.com lebih banyak mengangkat pemberitaan mengenai Jokowi” (*sumber wawancara dengan narasumber Alma Triayuna. Minggu, 28 Juli 2019*)

Senada dengan informan 5, informan 7 secara umum memandang Media Online Detik.com kurang bersifat *cover both side*. Menurutnya, jika dinilai per-berita belum bisa dinilai *cover both side* tetapi jika dinilai seluruh berita sudah bersifat *cover both side*.

“Kalau dinilai per berita tidak, tetapi jika dilihat secara keseluruhan berita karna ditampilkan diberita selanjutnya. Karena kebiasaan Media Online Detik.com hanya mengutip satu narasumber saja dan langsung ditampilkan dua perspektif narasumbernya” (*sumber wawancara dengan Harisul Amal. Senin, 29 Juli 2019*).

Tidak hanya memandang dari *cover both* sidanya saja, informan 7 juga memandang dari aspek kebjektivannya dalam memaparkan isu yang sensitive. Menurutnya, Media Online Detik.com tidak *objective* karena menurutnya dalam satu berita hanya terdapat satu statemen sehingga berita tersebut menggiring opini pembaca.

“Karena memang cara penyampaian tidak objektif karena biasanya dalam satu berita cumin ada

satu statemen menurut saya adalah tidak objektif. Karena dalam setiap berita berbeda-beda pembacanya nanti malah tergiring opini karena tidak semua orang baca semua berita dengan isu yang sama tersebut.” (*sumber wawancara dengan Harisul Amal. Senin, 29 Juli 2019*).

Senada dengan informan 7, secara umum informan 8 memandang bahwa pemberitaan Media Online Detik.com tidak semua bersifat *cover both side*. Ada beberapa berita yang tidak bersifat *cover both side*.

“Menurut saya, tidak semua berita bersifat *cover both side* saya beberapa kali membaca ada sedikit yang menyudutkan beberapa pihak.” (*sumber wawancara dengan Ahmad Rosihan. Rabu, 07 Agustus 2019*).

Tidak hanya memandang dari aspek *cover both side* saja, informan 8 juga memandang dari aspek objektivitas terhadap isu yang sensitive. menurutnya, Media Online Detik.com lebih mencari aman sehingga terlihat netral dalam memaparkan pemberitaannya.

“Menurut saya, kalau detik.com itu lebih kaya mencari aman sehingga terlihat netral.” (*sumber wawancara dengan Ahmad Rosihan. Rabu, 07 Agustus 2019*).

Informan 2 beranggapan bahwa Media Online Detik.com kebanyakan berita sudah bersifat *cover both side*. Tetapi ada beberapa berita juga yang belum bersifat *cover both side* karena Media Online Detik.com mengutamakan kecepatan.

“Ada yang sudah, ada yang belum. Tetapi kebanyakan yang sudah kalau yang belum mungkin terlalu terburu-buru dalam penulisan beritanya jadi tidak bersifat *cover both side*” (*sumber wawancara dengan Cikal Bintang Raihan. Jum'at, 26 Juli 2019*)

Tidak hanya memandang dari *cover both side*nya, informan dua juga memandang dari aspek ke objektivitas berita mengenai isu sensitive. Menurutnya kurang objektif ketika menyoroti issue yang sensitive karena tidak terlihat pertanggung jawabannya.

“Menurut aku objektif, tetapi kalau isu yang sensitive kurang. Karena biasanya Media Online Detik.com ada isu yang heboh tapi tidak terlihat pertanggung jawabannya, semisal isu mengenai agama tetapi mewawancarai bukan dari ahli agama” (*sumber wawancara dengan Cikal Bintang Raihan. Jum'at, 26 Juli 2019*)

Menurut informan 4, 6 dan 10 pemberitaan di Media Online Detik.com sudah bersifat *cover both side*.

“iya sudah *cover both side* menurut aku” (*sumber wawancara dengan informan 4, 6, dan 10*).

Prinsip utama dalam jurnalisme adalah objektivitas. Objektivitas dibutuhkan dengan tujuan supaya berita yang nantinya disajikan sesuai dengan realitas yang terjadi di masyarakat. Objektivitas berita merupakan suatu keadaan berita yang disajikan secara utuh dan tidak bersifat memihak salah satu sumber berita, yang bertujuan untuk memberi informasi dan pengetahuan kepada konsumen (Flornoy, 1986:48)

Berbeda dengan informan yang lainnya,, informan 9 memandang bahwa keobjektivitasan dalam menyoroti isu sensitive sudah cukup seimbang tidak terlihat memberatkan pihak manapun, dan tidak membenarkan atau menyalahkan pihak manapun juga.

“Menurut saya cukup seimbang, tidak memberatkan pihak manapun dan tidak membenarkan atau menyalahkan pihak manapun juga.”(sumber wawancara dengan Nasfati Sabrina. Minggu, 11 Agustus 2019).

Dalam penelitian mengenai tidak bias dalam pemberitaan di Media Online Detik.com menurut pandangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik dalam mengukur sebuah kredibilitas media online, melahirkan beberapa pandangan atau persepsi. Pertama yang ditinjau dari objektivitas yang menyoroti isu sensitive dan *cover both side* dalam menuliskan pemberitaanya, informan memandang bahwa pemberitaan di Media Online Detik.com kurang objective dan tidak semuaberita bersifat *cover both side*. Kedua, sudah objektif dan sudah bersifat *cover both side* dalam menyampaikan pemberitaanya.

Menurut informan 7, jika dinilai per-berita Media Online Detik.com tidak objektif dan tidak bersifat *cover both side*. Namun, jika dilihat dari keseluruhan berita sudah objektif dalam menyampaikan informasi atau pemberitaan dan juga sudah bersifat *cover both side*.

Berita dapat dikatakan objektif apabila berita tersebut sudah sesuai dengan kenyataan dan memisahkan antara opini dan fakta, begitu juga berita harus seimbang dan adil, dalam artian tidak sensasioanl dan tidak bias (McQuail,2000:172).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti uraikan, dapat disimpulkan bahwa penelitian kredibilitas Media Online Detik.com dalam Pandangan mahasiswa jurnalistik angkatan 2016 UIN Bandung menghasilkan 3 dimensi yaitu dimensi kepercayaan pemberitaan, kekinian pemberitaan, dan tidak bias dalam pemberitaan.

Berdasarkan kesimpulan, peneliti memberikan beberapa saran untuk dua pihak yakni Media Online Detik.com dan mahasiswa, diantaranya adalah: Pertama, saran untuk Detik.com maupun media massa lainnya yang ada di Indonesia agar mampu menyajikan berita-berita yang objektif, sehingga membangkitkan kepercayaan masyarakat terhadap media di Indonesia hal tersebut agar informasi yang disosialisasikan oleh media dapat mengedukasi masyarakat dan

semakin melak terhadappemberitaan di media massa. Kedua, kepada masyarakat diharapkan agar bisa memanfaatkan teknologi yang ada untuk hal-hal yang positif, kemudia dapat dengan pintar memilah dan memilih informasi di kanal berita online maupun media massa lainnya sehingga mampu membedakan antara beita hoax dan berita yang berdasarkan fakta. Ketiga, bagi mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung yang akan membahas hal serupa diharapkan lebih maksimal dalam melakukan penelitian, dan diharapkan kedepannya terdapat studi yang lebih komperhensif mengenai kredibilitas media online.

DAFTAR PUSTAKA

Indonesia. Yogyakarta. Penerbit : Gadjah Mada University Press

Anshari, M. (2013). *Model Pembelajaran Snowball Throwing*, diakses tanggal 24 Juni 2019 dari <http://muhammadanshari9.blogspot.com/2013/10/model-pembelajaran-snowballthrowing>.

Romli, A. S. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung. : Nuansa Cendikia

Departemen Agama RI. (2008). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Diponegoro.

Flournoy. D. M., & Akhmadsyah. N. (1986). *Analisis Isi Surat Kabar Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Hall, Jim. (2001). *Online Journalism : A Critical Primer*. London : Pluto Press

Iskandar. D., & Rini. L. (2016). *Mitos Jurnalisme*. Yogyakarta: Andi

Kusumaningrat. H. P. (2014). *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Manika. N. D (2018) Strategi Wartawan Online dalam Mencegah Berita Hoax. *Jurnal Ilmu Komunikasi Jurnalistik*, 4(3), 39-56.

Margianto, J. H., & Asep S. (2015). *Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika: Problematika Praktik Jurnalisme Online di Indonesia*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen Indonesia.

McQuail. D. (2000). *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.

Muchtar. K., & Ghalia. F. R. (2018). Respon Mahasiswa Terhadap Tayangan Dakwah Islamiyah Khazanah (Trans 7) dan Damai Indonesiaku (Tv One). *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 3 (2), 147-174.

Ode, C. A. A.(2014). *Kredibilitas Pemberitaan pada Portal Berita Online Kompas.com*. Skripsi. Dakwah dan Komunikasi Jurnalistik, UIN Alauddin, Makasar.

Rakhmat. J. (1996). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Romli. K. (2014). *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: Grasindo.

Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir al-Misbah; Pesan, Kesan, dan Keserasian Alquran*. Vol. 5 Jakarta: Lentera Hati.

Sumadiria. H. (2014). *Jurnalistik Indonesia*. Bandung:Simbiosis Rekatama Media

Ward. M. (2002). *Journalism Online*. Oxford: Focal Press.

Yunus. S. (2010). *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia

Zulaikha, N. H. (2018). Analisis Framing Pemberitaan Pilgub Jawa Timur 2018. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 91-110.