

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Fenomena yang terjadi saat ini adalah banyaknya informasi *hoax* atau berita bohong. Adanya informasi bohong tersebut telah mempengaruhi pandangan masyarakat dan kepercayaan masyarakat terhadap informasi dan berita di media massa.

Media massa merupakan salah satu alat dalam proses komunikasi massa, karena media massa mampu menjangkau khalayak luas, heterogen, anonim, pesannya bersifat abstrak dan terpecah. Media massa sebagai sarana perkembangan kebudayaan berperan dalam perkembangan dan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat. Pengaruh media massa akan sangat terlihat di permukaan masyarakat.

Media massa saat ini sangat mempengaruhi perilaku khalayak, beberapa faktor yang timbul dalam lingkungan ada karena media massa. Efek dari media massa sangat kuat sehingga dapat mempengaruhi opini publik dan perilaku masyarakat. Media massa seyogyanya menjadi pemberi contoh baik kepada khalayak dalam berbagai informasi yang disebarkan.

Salah satu dari berbagai macam media massa yaitu surat kabar. Surat kabar merupakan media yang paling banyak dan paling luas penyebarannya serta sangat ampuh dalam merekam kejadian sehari-hari dalam sejarah.

Secara umum surat kabar diartikan sebagai kumpulan berita dan tulisan-tulisan yang dicetak dalam lembaran-lembaran kertas dan disebarakan secara berkala. Sebagai sarana komunikasi massa, surat kabar memiliki berbagai macam bentuk informasi yang disuguhkan kepada pembaca. Berbagai bentuk informasi itu dikemas dalam bentuk yang beraneka ragam berupa tulisan dalam ruangan-ruangan atau kolom-kolom tertentu. Hal itu dilakukan agar pembaca lebih mudah dalam mencari informasi, berita dan lain-lain sesuai dengan keinginannya.

Surat kabar merupakan salah satu ragam dari ruang lingkup jurnalisme cetak. Surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca. (Effendy, 2005 : 241).

Menurut Karl, (dalam Soehoet 2003 : 11), surat kabar dapat dilihat dari syaratnya. Adapun syarat tersebut, yakni (a) publisitas, artinya surat kabar diterbitkan untuk publik, untuk masyarakat umum, atau untuk siapa saja, (b) periodisitas, artinya surat kabar tersebut terbit pada waktu yang telah ditentukan sebelumnya, (c) aktualitas, artinya isinya aktual, belum pernah dimuat sebelumnya, (d) universalitas, artinya isi surat kabar tidak mengenai satu persoalan saja, dan (e) kontinuitas, artinya isi surat kabar berkesinambungan.

Komunikasi dalam surat kabar bersifat *irreversible*. Sekali pesan, termasuk penjulukan, disampaikan kepada khalayak pemirsa, maka amat sulit bagi siapa pun untuk meniadakan sama sekali efeknya. Maka, jika seseorang

diberitakan secara negatif, difitnah misalnya, pemberitaan itu sulit untuk mengembalikan citra si korban ke citra semula. (Mulyana, 2000 : 73).

Surat kabar harian adalah jenis media cetak yang terbit setiap hari, kecuali pada hari-hari tertentu, misalnya libur nasional. Jenis surat kabar ini dibagi lagi menjadi surat kabar harian nasional, surat kabar harian daerah, dan surat kabar harian lokal.

Isu sekarang ini, keterpercayaan masyarakat terhadap surat kabar setelah munculnya media digital akan mempengaruhi eksistensi dari surat kabar tersebut. Dalam bukunya *The Vanishing Newspaper* terbitan 2006, Philip Meyer meramalkan bahwa pada tahun 2044 mendatang hanya akan terdapat satu eksemplar koran. Masa depan koran belakangan ini menjadi pertanyaan besar di tengah gempuran media TV, radio bahkan internet. Sejumlah survei menunjukkan posisi koran mulai tergerus oleh penetrasi media online. (Kusuma, 2016 : 57)

Rupert Murdoch dan Noam Chomsky mengamini pendapat Philip Meyer, namun tetap berusaha optimis. Menurut Murdoch, umur media cetak bisa diperpanjang apabila media cetak menghentikan arogansinya dan memberikan perhatian pada kebutuhan masyarakat khususnya anak muda. Baru dua tahun setelah pernyataan Meyer, tepatnya tahun 2007, bisnis koran *The Sun* Inggris milik Rupert Murdoch jatuh. Kejatuhan bisnis koran *The Sun* menjadi semakin lengkap dengan bangkrutnya sejumlah media cetak di AS. *Chicago Tribune*, *Los Angeles Time*, *The Rocky Mountain News*, *Seattle Post Intelegencier*, *Philladephia Inquiry*, *Baltimore Examiner*, *Kentucky Post*, *King Country Journal*, *Cincinnati Post*, *Union City Register Tribune*, *Halifax Daily News*, *Albuquerque*

*Tribune, South Idaho Star, San Juan Star*, adalah sejumlah media cetak besar AS yang bangkrut. Baru-baru ini yang paling mengejutkan, matinya bisnis media cetak Majalah Newsweek. Majalah ternama AS yang menguasai pemberitaan selama 80 tahun (Kusuma, 2016 : 57)

Newsweek juga menjadi penanda kejatuhan media cetak. Newsweek menamatkan riwayatnya pada 31 Desember 2012 setelah 80 tahun berkiprah. Sehari berikutnya menyatakan resmi beralih ke media online. Saat ini, terdapat puluhan bahkan mungkin ratusan media cetak di AS yang sedang menunggu giliran ditutup. Media cetak tidak lagi diminati. Koran sekelas *The Washington Post* saja, saat ini dibagikan gratis di pusat-pusat keramaian di AS. *The Wall Street Journal* edisi cetak, saat ini juga dibagikan gratis di sejumlah tempat. Di Indonesia Harian Sinar Harapan menutup usahanya pada tanggal 1 Januari 2016, menyusul Harian Bola, Soccer, Jurnal Nasional, Majalah Tajuk, Prospek, dan Fortune. Paul Gillin, konsultan teknologi informasi dari Massachusetts menyatakan bahwa model bisnis media cetak tidak mungkin lagi bertahan hidup. Perkembangan ekonomi sedang bergerak melawan bisnis cetak. Media cetak melibatkan banyak karyawan, sehingga biaya produksi lebih mahal dari media online. Apalagi, zaman sekarang, generasi muda lebih suka bermain internet daripada membeli majalah atau koran (Rahmad dalam Kusuma, 2016 : 57).

Berdasarkan data dari Dewan Pers, terdapat 567 media cetak, 1.166 stasiun radio, 394 stasiun televisi, dan 211 media siber selama tahun 2014. Jumlah ini meningkat sebanyak 158 media cetak dibanding tahun 2013 yang totalnya ada 409. Peningkatan yang sangat terlihat ada pada koran, dari sebelumnya 215

menjadi 311. Peningkatan jumlah perusahaan pers juga terjadi pada media penyiaran, radio dan televisi, serta media siber. Pada tahun 2013, berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, Dewan Pers mencatat ada 991 stasiun radio dan 340 stasiun televisi. Sedangkan tahun 2014 meningkat menjadi 1166 stasiun radio dan 394 stasiun televisi. Sedangkan jumlah media siber dari sebelumnya 134 menjadi 211 (Kominfo, 2013 dalam Kusuma).

Media cetak meski secara jumlah bertambah namun dari segi pembaca telah mengalami penurunan yang cukup signifikan. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan penduduk berumur 10 tahun ke atas yang membaca surat kabar sebesar 23,0 %. Tahun 2006 berkurang 0,3%. Penurunan drastis terjadi pada 2009 di mana pembaca surat kabar menurun menjadi 18,4% dan pada tahun 2012 turun lagi dengan angka 17 %. Artinya dalam konteks pembaca dan pasar maka coverage media cetak makin berkurang dan tentu saja lambat laun akan menyebabkan industri persuratkabaran dapat gulung tikar. (Kusuma, 2016 : 58)

Menurut Kusuma dalam Badan Pusat Statistika tahun 2013, fenomena media online yang diprediksi akan menggantikan media cetak juga terus meningkat di Indonesia. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan tahun 2005 pengguna internet di Indonesia baru mencapai 3.34 persen. Jumlah pengguna internet mengalami kenaikan yang cukup signifikan menjadi 35,64% di tahun 2014. Artinya dalam kurun waktu sembilan tahun terjadi peningkatan sepuluh kali lipat. Tentu saja hal ini memberi kontribusi pada masa depan media cetak (BPS, 2005 dalam Kusuma).

Dalam penelitian ini, tidak semua media surat kabar harian mendapatkan kepercayaan masyarakat. Hanya media surat kabar yang memiliki nilai kredibilitas saja lah yang mendapatkan tanggapan dari masyarakat.

Secara bahasa, kredibilitas (*credibility*) artinya kepercayaan atau keadaan dapat dipercaya, berakar kata *credible* yang artinya dapat dipercaya. Kredibilitas Media (*Media Credibility*) adalah tingkat keterpercayaan pemberitaan media. Semakin kredibel sebuah media, maka tingkat kepercayaan publik terhadap pemberitaan media tersebut semakin tinggi.

Dua komponen kredibilitas yang paling penting adalah keahlian dan kejujuran. Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikate tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator dinilai tinggi pada keahlian dianggap sebagai cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman, atau terlatih. Tetapi sebaliknya komunikator yang dinilai rendah pada keahlian dianggap tidak berpengalaman, tidak tahu, dan bodoh. Kejujuran adalah kesan komunikate tentang komunikator berkaitan dengan wataknya. Apakah komunikator dinilai jujur, tulus, bermoral, adil, sopan, atau etis? Atau apakah ia dinilai tidak jujur, lancang, suka menipu, tidak adil, atau tidak etis?. (Rakhmat, 1996 : 260)

Berita adalah salah satu institusi yang mendefinisikan masyarakat informasi. Kredibilitas yang berasal dari satu set nilai merupakan hal yang cukup banyak membangun media dalam berbagai macam gaya, bentuk, dan genre. Klaim dari media tentang nilai yang menjamin ketidakberpihakan, obyektivitas, dan kebenaran tampaknya terlihat jelas secara historis dan juga budaya. Nilai-nilai tersebut ditentukan oleh tuntutan sosial dan budaya saat itu, teknologi, dan juga oleh institusi medianya (Hall, 2001a : 41).

Pada awal abad ke 18, obyektivitas dinilai sebagai hal yang buruk oleh jurnalis dan juga pembacanya karena para jurnalis menulis berita berdasarkan

pandangan dan juga opini Kebenaran, ketidakberpihakan, dan objektivitas menjadi hal yang diabaikan dan ditekan selama hampir seabad di dunia barat. Masalah ini merupakan masalah fundamental untuk sifat media yang sebagian faktanya berasal dari teknologi perantara yang perlu dimediasi. Hal ini berarti informasi yang akan disampaikan dikompresi, diubah, atau bahkan rusak saat dikirimkan dari pengirim ke penerima. Masuk ke abad 19, obyektivitas, kebenaran, dan ketidakberpihakan mulai dilihat sebagai salah satu hal yang perlu dalam media setelah mulai terhapusnya dominasi kelompok borjuis dalam mengatur batas pemberitaan di media (Hall, 2002b : 47).

Lebih lengkapnya dalam mengukur kredibilitas media surat kabar atau koran, yaitu:

1. Keseimbangan dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *balance* (Keseimbangan), *report the whole story* (Laporan keseluruhan cerita atau berita), *objective* (Objektif), *fair* (Adil), *accuracy* (Akurat atau ketepatan). Hal yang paling utama dalam faktor ini adalah *balance* dan *report the whole story*. Yaitu keseimbangan dalam pemberitaan dan laporan keseluruhan cerita atau berita.
2. Kejujuran dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *honesty* (Kejujuran), *believability* (Keterpercayaan), *trustworthiness* (Kepercayaan). Hal yang paling utama dalam faktor ini adalah *honesty*.
3. Kekinian dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *up to date* (Aktual atau terbaru), *currency* (Sirkulasi atau peredaran) , dan *timeliness* (Aktual). Ketiga



dimensi tersebut memiliki proporsi yang hampir sama dalam membangun faktor in. (Mayendra, 2013)

Beberapa faktor kredibilitas media yang telah dipelajari oleh banyak peneliti dalam setengah abad. Menurut Hovland dan Weiss tahun 1951 menemukan dua dimensi kredibilitas sumber yaitu *trustworthiness* dan *expertness* (Keahlian). Berlo, Lemert, dan Mertz tahun 1969 menemukan 83 skala untuk mencari tahu apa faktor yang harus digunakan untuk mengukur kredibilitas. Mereka mengurangi skala itu menjadi 35 dan dikategorikan ke dalam tiga dimensi *safety* (Keamanan), *qualification* (Kualifikasi), dan *dynamism* (Dinamis). *Safety* adalah dimensi yang sama seperti kepercayaan (*trustworthiness*), dan kualifikasi (*qualification*) adalah sama dengan keahlian (*expertness*). Sedangkan Jacobson tahun 1969 menempatkan kepercayaan dan keahlian secara bersamaan dan diberi label sebagai *authenticity* (keaslian), dan menggunakan dimensi lain, yaitu *objectivity*, *dynamism*, and *respite*. (Yoshiko, 2002 : 84).

Kemudian pada tahun 1973 Shaw menemukan bahwa ketidakberpihakan (*impartiality*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan kelengkapan (*completeness*) merupakan faktor yang mempengaruhi kredibilitas media. Sedangkan Singletary tahun 1976 menguji enam factor *knowledgeability* (Pengetahuan), *attraction* (Daya tarik), *trustworthiness* (Kepercayaan), *articulation* (Artikulasi), *hostility* (Permusuhan), and *stability* (Stabilitas), dan menemukan *knowledgeability* yang paling diperhitungkan di antara mereka. (Yoshiko, 2002 : 92).

Dalam buku *Perceptions of Internet Information Credibility*, Flanagin dan Metzger menjelaskan bahwa media konvensional menjalani proses verifikasi serta



melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum sampai kepada publik, namun situs internet tidak selalu melakukan langkah-langkah tersebut. Flanagin dan Metzger menggunakan konsep multidimensional untuk mengukur kredibilitas media yaitu dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), bias, dan kelengkapan berita (*completeness*). (Flanagin dan Metzger, 2000 : 516)

Pengukuran kredibilitas media telah menjadi subyek dari banyak perdebatan dan studi menunjukkan bahwa cara yang dapat digunakan untuk mengoperasionalkannya membuat perbedaan dalam memberikan peringkat pada kredibilitas media.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, salah satu surat kabar regional di Jawa Barat yang memiliki kredibilitas atau tingkat kepercayaan masyarakat adalah surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat*.

Harian Umum *Pikiran Rakyat* merupakan perusahaan media yang kini sudah berusia kurang lebih 52 tahun. Berbagai penghargaan telah diperoleh *Pikiran Rakyat* sebagai media terbesar dan berpengaruh di Jawa Barat. Yang paling membanggakan adalah dengan diterimanya dua penghargaan bergengsi dari Lembaga Independen MARS Indonesia, berupa *Global Costumer Satisfaction Standart Five Stars* (Standar pelayanan bintang lima) dan *World Class Quality Achievement* (Penghargaan kelas dunia).

Harian umum *Pikiran Rakyat* merupakan media cetak pertama di Indonesia yang memperoleh penghargaan standar pelayanan global bintang lima. Penghargaan lain yang diterima seperti Indonesia *Most Favorite "Youth Brand"* dan *Indonesia Most Favorite "Women Brand"*, *The Best Newspaper Category*

*IBBA 2011*, serta penghargaan dari serikar penerbitan pers termasuk juga dari instansi pemerintahan pusat maupun daerah.

Total penyebaran di Jawa Barat 175.200 eksemplar. Pembaca *Pikiran Rakyat* berpendidikan lebih tinggi dibandingkan dengan pembaca surat kabar greater Bandung dan Tribun Jabar. Terlihat di tingkat Sekolah Menengah Atas hingga pendidikan strata dua lebih unggul.

Menimbang segmentasi pasar pembaca yang lebih unggul adalah masyarakat dengan berpendidikan tinggi, maka peneliti ingin menjadikan mahasiswa sebagai objek penelitian. Mahasiswa adalah masyarakat akademis yang memiliki tingkat strata pendidikan yang lebih tinggi. Pada objek penelitian ini, peneliti memilih mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik Angkatan 2015 UIN SGD Bandung.

Penelitian ingin meneliti mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung karena surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat* merupakan salah satu sumber informasi penting dan berguna bagi kebutuhan akademis mahasiswa tersebut. Sebagai sekelompok kecil masyarakat yang mempunyai sikap kritis terhadap suatu permasalahan dan haus akan informasi untuk memperluas wawasan dan pengetahuannya, peneliti memilih Harian Umum *Pikiran Rakyat* dengan pertimbangan bahwa Harian Umum *Pikiran Rakyat* merupakan surat kabar regional yang terpercaya dan memiliki unsur kedekatan dengan pembacanya. Hal ini memenuhi salah satu unsur nilai berita *proximity*, yaitu kejadian yang dekat dengan pembaca, kejadian ini bisa bersifat geografis maupun emosional. Melihat juga sejak pertama kali surat kabar Harian

Umum *Pikiran Rakyat* terbit belum ada penelitian yang mengukur kredibilitas surat kabar regional tersebut dalam pandangan mahasiswa. Selain itu, surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat* juga menyediakan rubrik-rubrik untuk memuat ide atau informasi atau gagasan tulisan dari mahasiswa.

Pasalnya, materi tentang media massa surat kabar telah dipelajari oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung. Oleh karena itu, dipilihnya mahasiswa angkatan 2015 sebagai objek penelitian peneliti karena mahasiswa angkatan tersebut telah mempelajari mata kuliah yang terkait dengan persuratkabaran atau kepenulisan di media surat kabar.

Maka dari itu, peneliti merasa tertarik mengadakan penelitian tentang pandangan mahasiswa Jurnalistik terhadap kredibilitas surat kabar regional dalam hal ini Surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat*.

## 1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini adalah : “*Bagaimana pandangan mahasiswa terhadap kredibilitas surat kabar Harian Umum Pikiran Rakyat?*”.

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pandangan mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2015 UIN SGD Bandung terhadap keseimbangan dalam pemberitaan pada surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat*?

2. Bagaimana pandangan mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2015 UIN SGD Bandung terhadap kejujuran dalam pemberitaan pada surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat*?
3. Bagaimana pandangan mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2015 UIN SGD Bandung terhadap aktualitas dalam pemberitaan pada surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat*?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pandangan mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2015 UIN SGD Bandung terhadap keseimbangan dalam pemberitaan pada surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat*
2. Untuk mengetahui pandangan mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2015 UIN SGD Bandung terhadap kejujuran dalam pemberitaan pada surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat*
3. Untuk mengetahui pandangan mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2015 UIN SGD Bandung terhadap kekinian dalam pemberitaan pada surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat*

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini ditinjau dari dua aspek , yaitu Kegunaan Akademis dan Kegunaan Praktis sebagai berikut :

1. Kegunaan Akademis

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang

kejournalistikan, dan juga dapat dijadikan dasar bagi peneliti lainnya yang tertarik untuk meneliti permasalahan yang sama, serta bermanfaat sebagai referensi materi perkuliahan.

## 2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi pihak-pihak terkait sebagai bahan informasi dan masukan yang dapat bermanfaat baik untuk memperbaiki kinerja yang telah dimiliki obyek penelitian. Serta dijadikan bahan pertimbangan bagi kepentingan Harian Umum *Pikiran Rakyat* dalam mengambil langkah di masa datang, agar Harian Umum *Pikiran Rakyat* dapat mengetahui bagaimana pandangan pembacanya dari kalangan akademis.

### 1.5.Landasan Pemikiran

#### 1.5.1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Ada beberapa penelitian sejenis terdahulu yang dijadikan acuan serta referensi oleh peneliti dalam penelitian ini, diantaranya adalah :

*Lila Melta Sari. 2015. Tayangan Indonesia Bagus Di Net TV Dalam Pandangan Anggota Wanadri (Penelitian Kualitatif Pada Anggota Wanadri Kota Bandung). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kognisi Anggota Wanadri pada tayangan Indonesia Bagus di NET TV memiliki pandangan dan pemahaman yang baik. Dilihat dari afeksi anggota Wanadri terdapat perasaan senang. Dan dilihat dari konasinya, Indonesia Bagus cukup memberikan pengaruh positif bagi informan.*

Persamaannya, sama-sama membahas tentang pandangan dan menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya, terletak pada objek penelitian.

*Lyza Camellia. 2011. Pandangan Media Terhadap Berita Perampokan Pada Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi Maret-April 2011 (Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk).* Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam memberitakan berita perampokan, Harian Umum *Pikiran Rakyat* lebih menekankan aspek human interest. Hal tersebut bisa dimaksudkan untuk lebih memperlihatkan kepahitan dan kemalangan nasib korban. Sehingga terlihat bahwa Harian Umum *Pikiran Rakyat* merasa iba dan prihatin akan apa yang dialami oleh korban. Persamaannya, Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama mengkaji Harian Umum *Pikiran Rakyat* sebagai objek penelitian. Perbedaannya penelitian sebelumnya meneliti tentang pandangan media sedangkan peneliti meneliti tentang pandangan mahasiswa.

*Muhammad Noor Aziz Kautsar. 2016. Kredibilitas Pemberitaan Portal detik.com (Analisis Isi Portal Berita Online).* Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas pemberitaan pada berita online detik.com yang meliputi dimensi *Accuracy* (Akurasi judul dan isi 91%, kesalahan penulisan 87,5%, dan akurasi foto dan isi 89%), dimensi *Believability* (*Opinitative* 89,3%, dan transparansi sumber berita 96%), dimensi *Bias* (*Cover both side* 12,5%), serta dimensi *Completeness* (Kelengkapan unsur berita 96,4%). Persamaannya, Sama-sama meneliti tentang kredibilitas pada suatu media. Penelitian sebelumnya meneliti tentang kredibilitas

pada media online. Sedangkan peneliti meneliti tentang kredibilitas surat kabar. Perbedaannya, terletak pada metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah penelitian kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif. Obyek kajian pada penelitian sebelumnya adalah media onlie sedangkan peneliti meneliti tentang kredibilitas surat kabar.

*Karisma Rio Andrianto. 2016. Kredibilitas Koran Pabelan Dimata Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. (Studi Deskriptif Kuantitatif Mengenai Kredibilitas Koran Kampus Pabelan dimata Mahasiswa Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Universitas Muhammadiyah Surakarta).* Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa anggota BEM UMS masih menganggap Koran Pabelan sebagai Koran Kampus yang kredibel dalam menyampaikan informasi. Dilihat dari segi profesionalitas atau keahlian yang masuk pada kategorinilai positif. Persamaannya, Sama-sama meneliti tentang kredibilitas surat kabar atau koran. Perbedaannya terlihat dari metode yang digunakannya. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif.

*Canggi Araliya Aprianti Ode. 2014. Kredibilitas Pemberitaan Pada Portal Berita Online Kompas.Com (Suatu Studi Analisis Isi).* Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Hasil penelitian ini menjelaskan kredibilitas pemberitaan pada berita online kompas.com yang meliputi :a). Dimensi *Accuracy* (Akurasi judul dan isi 100%, kesalahan penulisan 93%, dan akurasi foto dan isi 100%), b). Dimensi *Believability* (*Opinitative* 96%, dan transparasi sumber berita



91%), c). Dimensi *Bias* (*Cover both side* 43%), serta dimensi *Completeness* (Kelengkapan unsur berita 92%).Persamaannya, Sama-sama meneliti tentang kredibilitas pada suatu media. Penelitian sebelumnya meneliti tentang kredibilitas pada media online. Sedangkan peneliti meneliti tentang kredibilitas surat kabar. Perbedaannya, terletak pada metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah penelitian kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif. Obyek kajian pada penelitian sebelumnya adalah media *online* sedangkan peneliti meneliti tentang kredibilitas surat kabar.



**Tabel 1.1. Daftar Penelitian Sejenis**

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Teori Penelitian dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Lila Melta Sari. 2015. <i>Tayangan Indonesia Bagus Di Net TV Dalam Pandangan Anggota Wanadri</i> (Penelitian Kualitatif Pada Anggota Wanadri Kota Bandung). Skripsi, UIN SGD Bandung	Menggunakan teori persepsi sebagai landasan metode yang digunakan adalah Metode Penelitian Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kognisi Anggota Wanadri pada tayangan Indonesia Bagus di NET TV memiliki pandangan dan pemahaman yang baik. Dilihat dari afeksi anggota Wanadri terdapat perasaan senang. Dilihat dari konasinya, Indonesia Bagus cukup memberikan pengaruh positif bagi informan.	Sama-sama meneliti tentang pandangan suatu kelompok dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaannya, terletak pada objek penelitian. Peneliti meneliti tentang kredibilitas surat kabar <i>Harian Umum Pikiran Rakyat</i> dalam Pandangan Mahasiswa
2.	Lyza Camellia. 2011. <i>Pandangan Media Terhadap Berita Perampokan Pada Harian Umum Pikiran Rakyat Edisi Maret-April 2011</i> (Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk). Skripsi, UIN SGD Bandung	Menggunakan teori Analisis wacana model Teun A. Van Dijk dan metode yang digunakan adalah Metode Penelitian Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam memberitakan berita perampokan, <i>Harian Umum Pikiran Rakyat</i> lebih menekankan aspek human interest. Hal tersebut bisa dimaksudkan untuk lebih memperlihatkan kepekaan dan kemalangan nasib korban. Sehingga terlihat bahwa <i>Harian Umum Pikiran Rakyat</i> merasa iba dan prihatin akan apa yang dialami oleh korban.	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama mengkaji <i>Harian Umum Pikiran Rakyat</i> sebagai objek penelitian	Perbedaannya penelitian sebelumnya meneliti tentang pandangan media sedangkan peneliti meneliti tentang pandangan mahasiswa.

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Teori Penelitian dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3.	Muhammad Noor Aziz Kautsar. 2016. <i>Kredibilitas Pemberitaan Portal detik.com</i> (Analisis Isi Portal Berita Online). Skripsi, UIN Alauddin Makassar	Menggunakan teori konsep multidimensional Flanagan dan Metzger untuk mengukur kredibilitas pemberitaan di detik.com. dan metode yang digunakan adalah Metode Dokumentasi dan metode penelitian kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas pemberitaan pada berita online detik.com yang meliputi dimensi <i>Accuracy</i> (Akurasi judul dan isi 91%, kesalahan penulisan 87,5%, dan akurasi foto dan isi 89%), dimensi <i>Believability</i> ( <i>Opinitative</i> 89,3%, dan transparasi sumber berita 96%), dimensi Bias ( <i>Cover both side</i> 12,5%), serta dimensi <i>Completeness</i> (Kelengkapan unsur berita 96,4%).	Sama-sama meneliti tentang kredibilitas pada suatu media. Penelitian sebelumnya meneliti tentang kredibilitas pada media online. Sedangkan peneliti meneliti tentang kredibilitas surat kabar	Perbedaannya, terletak pada metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah penelitian kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif. Obyek kajian pada penelitian sebelumnya adalah media onlie sedangkan peneliti meneliti tentang kredibilitas surat kabar

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Teori Penelitian dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4.	<p>Karisma Rio Andrianto. 2016. <i>Kredibilitas Koran Pabelan Dimata Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta</i>. (Studi Deskriptif Kuantitatif Mengenai Kredibilitas Koran Kampus Pabelan dimata Mahasiswa Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Universitas Muhammadiyah Surakarta). Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta</p>	<p>Menggunakan teori konsep multidimensional Flanagan dan Metzger untuk mengukur kredibilitas pemberitaan di detik.com. dan metode yang digunakan adalah Metode pendekatan deskriptif kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa anggota BEM UMS masih menganggap Koran Pabelan sebagai Koran Kampus yang kredibel dalam menyampaikan informasi. Dilihat dari segi profesionalitas atau keahlian yang masuk pada kategorinilai positif.</p>	<p>Sama-sama meneliti tentang kredibilitas surat kabar atau koran</p>	<p>Perbedaannya terlihat dari metode yang digunakannya. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif</p>

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Teori Penelitian dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5.	Canggi Araliya Aprianti Ode. 2014. <i>Kredibilitas Pemberitaan Pada Portal Berita Online Kompas.Com</i> ( Suatu Studi Analisis Isi). Skripsi, UIN Alauddin Makassar	Menggunakan teori kredibilitas media Flanagan dan Metzger dan Metode penelitian yang digunakan adalah metode dokumentasi	Hasil penelitian ini menjelaskan kredibilitas pemberitaan pada berita online kompas.com yang meliputi : a). Dimensi <i>Accuracy</i> (Akurasi judul dan isi 100%, kesalahan penulisan 93%, dan akurasi foto dan isi 100%), b). Dimensi <i>Believability</i> ( <i>Opinitative</i> 96%, dan transparasi sumber berita 91%), c). Dimensi <i>Bias</i> ( <i>Cover both side</i> 43%), serta dimensi <i>Completeness</i> (Kelengkapan unsur berita 92%).	Sama-sama meneliti tentang kredibilitas pada suatu media. Penelitian sebelumnya meneliti tentang kredibilitas pada media online. Sedangkan peneliti meneliti tentang kredibilitas surat kabar	Perbedaannya, terletak pada metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah penelitian kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif. Obyek kajian pada penelitian sebelumnya adalah media onlie sedangkan peneliti meneliti tentang kredibilitas surat kabar

### 1.5.2. Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori atau konsep Kredibilitas media sebagai landasan. Kredibilitas Media (*Media Credibility*) adalah tingkat keterpercayaan pemberitaan media. Semakin kredibel sebuah media, maka tingkat kepercayaan publik terhadap pemberitaan media tersebut semakin tinggi.

Dua komponen kredibilitas yang paling penting adalah keahlian dan kejujuran. Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikator tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator dinilai tinggi pada keahlian dianggap sebagai cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman, atau terlatih. Tetapi sebaliknya komunikator yang dinilai rendah pada keahlian dianggap tidak berpengalaman, tidak tahu, dan bodoh. Kejujuran adalah kesan komunikator tentang komunikator berkaitan dengan wataknya. Apakah komunikator dinilai jujur, tulus, bermoral, adil, sopan, atau etis? Atau apakah ia dinilai tidak jujur, lancang, suka menipu, tidak adil, atau tidak etis?. (Rakhmat, 1996 : 260)

Berita adalah salah satu institusi yang mendefinisikan masyarakat informasi. Kredibilitas yang berasal dari satu set nilai merupakan hal yang cukup banyak membangun media dalam berbagai macam gaya, bentuk, dan genre. Klaim dari media tentang nilai yang menjamin ketidakberpihakan, obyektivitas, dan kebenaran tampaknya terlihat jelas secara historis dan juga budaya. Nilai-nilai tersebut ditentukan oleh tuntutan sosial dan budaya saat itu, teknologi, dan juga oleh institusi medianya (Hall, 2001a : 41).

Pada awal abad ke 18, obyektivitas dinilai sebagai hal yang buruk oleh jurnalis dan juga pembacanya karena para jurnalis menulis berita berdasarkan pandangan dan juga opini Kebenaran, ketidakberpihakan, dan

objektivitas menjadi hal yang diabaikan dan ditekan selama hampir seabad di dunia barat. Masalah ini merupakan masalah fundamental untuk sifat media yang sebagian faktanya berasal dari teknologi perantara yang perlu dimediasi. Hal ini berarti informasi yang akan disampaikan dikompresi, diubah, atau bahkan rusak saat dikirimkan dari pengirim ke penerima. Masuk ke abad 19, obyektivitas, kebenaran, dan ketidakberpihakan mulai dilihat sebagai salah satu hal yang perlu dalam media setelah mulai terhapusnya dominasi kelompok borjuis dalam mengatur batas pemberitaan di media (Hall, 2002b : 47).

Lebih lengkapnya dalam mengukur kredibilitas media surat kabar atau koran, yaitu:

4. Keseimbangan dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *balance* (Keseimbangan), *report the whole story* (Laporan keseluruhan cerita atau berita), *objective* (Objektif), *fair* (Adil), *accuracy* (Ketepatan). Hal yang paling utama dalam faktor ini adalah *balance* dan *report the whole story*. Yaitu keseimbangan dalam pemberitaan dan laporan keseluruhan cerita atau berita.
5. Kejujuran dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *honesty* (Kejujuran), *believability* (Keterpercayaan), *trustworthiness* (Kepercayaan). Hal yang paling utama dalam faktor ini adalah *honesty*.
6. Kekinian dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *up to date* (Aktual), *currency* (Mata Uang) , dan *timeliness* (Garis Waktu). Ketiga



dimensi tersebut memiliki proporsi yang hampir sama dalam membangun faktor ini. (Mayendra, 2013)

Beberapa faktor kredibilitas media yang telah dipelajari oleh banyak peneliti dalam setengah abad. Menurut Hovland dan Weiss tahun 1951 menemukan dua dimensi kredibilitas sumber yaitu *trustworthiness* dan *expertness* (Keahlian). Berlo, Lemert, dan Mertz tahun 1969 menemukan 83 skala untuk mencari tahu apa faktor yang harus digunakan untuk mengukur kredibilitas. Mereka mengurangi skala itu menjadi 35 dan dikategorikan ke dalam tiga dimensi *safety* (Keamanan), *qualification* (Kualifikasi), dan *dynamism* (Dinamis). *Safety* adalah dimensi yang sama seperti kepercayaan (*trustworthiness*), dan kualifikasi (*qualification*) adalah sama dengan keahlian (*expertness*). Sedangkan Jacobson tahun 1969 menempatkan kepercayaan dan keahlian secara bersamaan dan diberi label sebagai *authenticity* (keaslian), dan menggunakan dimensi lain, yaitu *objectivity*, *dynamism*, and *respite*. (Yoshiko, 2002 : 84).

Kemudian pada tahun 1973 Shaw menemukan bahwa ketidakberpihakan (*impartiality*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan kelengkapan (*completeness*) merupakan faktor yang mempengaruhi kredibilitas media. Sedangkan Singletary tahun 1976 menguji enam factor *knowledgeability* (Pengetahuan), *attraction* (Daya tarik), *trustworthiness* (Kepercayaan), *articulation* (Artikulasi), *hostility* (Permusuhan), and *stability* (Stabilitas), dan menemukan *knowledgeability* yang paling diperhitungkan di antara mereka. (Yoshiko, 2002 : 92).

Dalam buku *Perceptions of Internet Information Credibility*, Flanagin dan Metzger menjelaskan bahwa media konvensional menjalani proses verifikasi serta melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum sampai kepada publik, namun situs internet tidak selalu melakukan langkah-langkah tersebut. Flanagin dan Metzger menggunakan konsep multidimensional untuk mengukur kredibilitas media yaitu dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), bias, dan kelengkapan berita (*completeness*). (Flanagin dan Metzger, 2000 : 516)

### 1.5.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan penjelasan mengenai beberapa konsep penting yang mendasari penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memaparkan konsep dimulai dari apa yang dimaksud dengan kredibilitas, surat kabar, dan pandangan mahasiswa.

#### 1. Kredibilitas

Secara bahasa, kredibilitas (*credibility*) artinya kepercayaan atau keadaan dapat dipercaya, berakar kata *credible* yang artinya dapat dipercaya.

Kredibilitas Media (*Media Credibility*) adalah tingkat keterpercayaan pemberitaan media. Semakin kredibel sebuah media, maka tingkat kepercayaan publik terhadap pemberitaan media tersebut semakin tinggi.

Dua komponen kredibilitas yang paling penting adalah keahlian dan kejujuran. Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikate tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator dinilai tinggi pada keahlian

dianggap sebagai cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman, atau terlatih. Tetapi sebaliknya komunikator yang dinilai rendah pada keahlian dianggap tidak berpengalaman, tidak tahu, dan bodoh. Kejujuran adalah kesan komunikate tentang komunikator berkaitan dengan wataknya. Apakah komunikator dinilai jujur, tulus, bermoral, adil, sopan, atau etis? Atau apakah ia dinilai tidak jujur, lancing, suka menipu, tidak adil, atau tidak etis?. (Rakhmat, 1996 : 260)

Berita adalah salah satu institusi yang mendefinisikan masyarakat informasi. Kredibilitas yang berasal dari satu set nilai merupakan hal yang cukup banyak membangun media dalam berbagai macam gaya, bentuk, dan genre. Klaim dari media tentang nilai yang menjamin ketidakberpihakan, obyektivitas, dan kebenaran tampaknya terlihat jelas secara historis dan juga budaya. Nilai-nilai tersebut ditentukan oleh tuntutan sosial dan budaya saat itu, teknologi, dan juga oleh institusi medianya (Hall, 2001a : 41).

Pada awal abad ke 18, obyektivitas dinilai sebagai hal yang buruk oleh jurnalis dan juga pembacanya karena para jurnalis menulis berita berdasarkan pandangan dan juga opini. Kebenaran, ketidakberpihakan, dan obyektivitas menjadi hal yang diabaikan dan ditekan selama hampir seabad di dunia barat. Masalah ini merupakan masalah fundamental untuk sifat media yang sebagian faktanya berasal dari teknologi perantara yang perlu dimediasi. Hal ini berarti informasi yang akan disampaikan dikompresi, diubah, atau bahkan rusak saat dikirimkan dari pengirim ke penerima. Masuk ke abad 19, obyektivitas, kebenaran, dan ketidakberpihakan mulai dilihat sebagai salah satu hal yang perlu dalam media setelah mulai

terhapusnya dominasi kelompok borjuis dalam mengatur batas pemberitaan di media (Hall, 2002b : 47).

Lebih lengkapnya dalam mengukur kredibilitas media surat kabar atau koran, yaitu:

1. Keseimbangan dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *balance* (Keseimbangan), *report the whole story* (Laporan keseluruhan cerita atau berita), *objective* (Objektif), *fair* (Adil), *accuracy* (Ketepatan). Hal yang paling utama dalam faktor ini adalah *balance* dan *report the whole story*. Yaitu keseimbangan dalam pemberitaan dan laporan keseluruhan cerita atau berita.
2. Kejujuran dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *honesty* (Kejujuran), *believability* (Keterpercayaan), *trustworthiness* (Kepercayaan). Hal yang paling utama dalam faktor ini adalah *honesty*.
3. Kekinian dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *up to date* (Aktual), *currency* (Mata Uang), dan *timeliness* (Garis Waktu). Ketiga dimensi tersebut memiliki proporsi yang hampir sama dalam membangun faktor ini. (Mayendra, 2013)

Beberapa faktor kredibilitas media yang telah dipelajari oleh banyak peneliti dalam setengah abad. Menurut Hovland dan Weiss tahun 1951 menemukan dua dimensi kredibilitas sumber yaitu *trustworthiness* dan *expertness* (Keahlian). Berlo, Lemert, dan Mertz tahun 1969 menemukan 83 skala untuk mencari tahu apa faktor yang harus digunakan

untuk mengukur kredibilitas. Mereka mengurangi skala itu menjadi 35 dan dikategorikan ke dalam tiga dimensi *safety* (Keamanan), *qualification* (Kualifikasi), dan *dynamism* (Dinamis). *Safety* adalah dimensi yang sama seperti kepercayaan (*trustworthiness*), dan kualifikasi (*qualification*) adalah sama dengan keahlian (*expertness*). Sedangkan Jacobson tahun 1969 menempatkan kepercayaan dan keahlian secara bersamaan dan diberi label sebagai *authenticity* (keaslian), dan menggunakan dimensi lain, yaitu *objectivity*, *dynamism*, and *respice*. (Yoshiko, 2002 : 84).

Kemudian pada tahun 1973 Shaw menemukan bahwa ketidakberpihakan (*impartiality*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan kelengkapan (*completeness*) merupakan faktor yang mempengaruhi kredibilitas media. Sedangkan Singletary tahun 1976 menguji enam factor *knowledgeability* (Pengetahuan), *attraction* (Daya tarik), *trustworthiness* (Kepercayaan), *articulation* (Artikulasi), *hostility* (Permusuhan), and *stability* (Stabilitas), dan menemukan *knowledgeability* yang paling diperhitungkan di antara mereka. (Yoshiko, 2002 : 92).

Dalam buku *Perceptions of Internet Information Credibility*, Flanagin dan Metzger menjelaskan bahwa media konvensional menjalani proses verifikasi serta melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum sampai kepada publik, namun situs internet tidak selalu melakukan langkah-langkah tersebut. Flanagin dan Metzger menggunakan konsep multidimensional untuk mengukur kredibilitas media yaitu dapat

dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), bias, dan kelengkapan berita (*completeness*). (Flanagin dan Metzger, 2000 : 516)

Pengukuran kredibilitas media telah menjadi subyek dari banyak perdebatan dan studi menunjukkan bahwa cara yang dapat digunakan untuk mengoperasionalkannya membuat perbedaan dalam memberikan peringkat pada kredibilitas media.

#### **4. Surat Kabar**

Secara umum surat kabar diartikan sebagai kumpulan berita dan tulisan-tulisan yang dicetak dalam lembaran-lembaran kertas dan disebarakan secara berkala. Sebagai sarana komunikasi massa, surat kabar memiliki berbagai macam bentuk informasi yang disuguhkan kepada pembaca. Berbagai bentuk informasi itu dikemas dalam bentuk yang beraneka ragam berupa tulisan dalam ruangan-ruangan atau kolom-kolom tertentu. Hal itu dilakukan agar pembaca lebih muda dalam mencari informasi, berita dan lain-lain sesuai dengan keinginannya.

Surat kabar merupakan salah satu ragam dari ruang lingkup jurnalisme cetak. Surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca. (Effendy, 2005 : 241).

Menurut Karl, (dalam Soehoet 2003 : 11), surat kabar dapat dilihat dari syaratnya. Adapun syarat tersebut, yakni (a) publisitas, artinya surat kabar diterbitkan untuk publik, untuk masyarakat umum, atau untuk siapa

saja, (b) periodisitas, artinya surat kabar tersebut terbit pada waktu yang telah ditentukan sebelumnya, (c) aktualitas, artinya isinya aktual, belum pernah dimuat sebelumnya, (d) universalitas, artinya isi surat kabar tidak mengenai satu persoalan saja, dan (e) kontinuitas, artinya isi surat kabar berkesinambungan.

Komunikasi dalam surat kabar bersifat *irreversible*. Sekali pesan, termasuk penjurukan, disampaikan kepada khalayak pemirsa, maka amat sulit bagi siapa pun untuk meniadakan sama sekali efeknya. Maka, jika seseorang diberitakan secara negatif, difitnah misalnya, pemberitaan itu sulit untuk mengembalikan citra si korban ke citra semula. (Mulyana, 2000 : 73).

## 5. Pandangan Mahasiswa

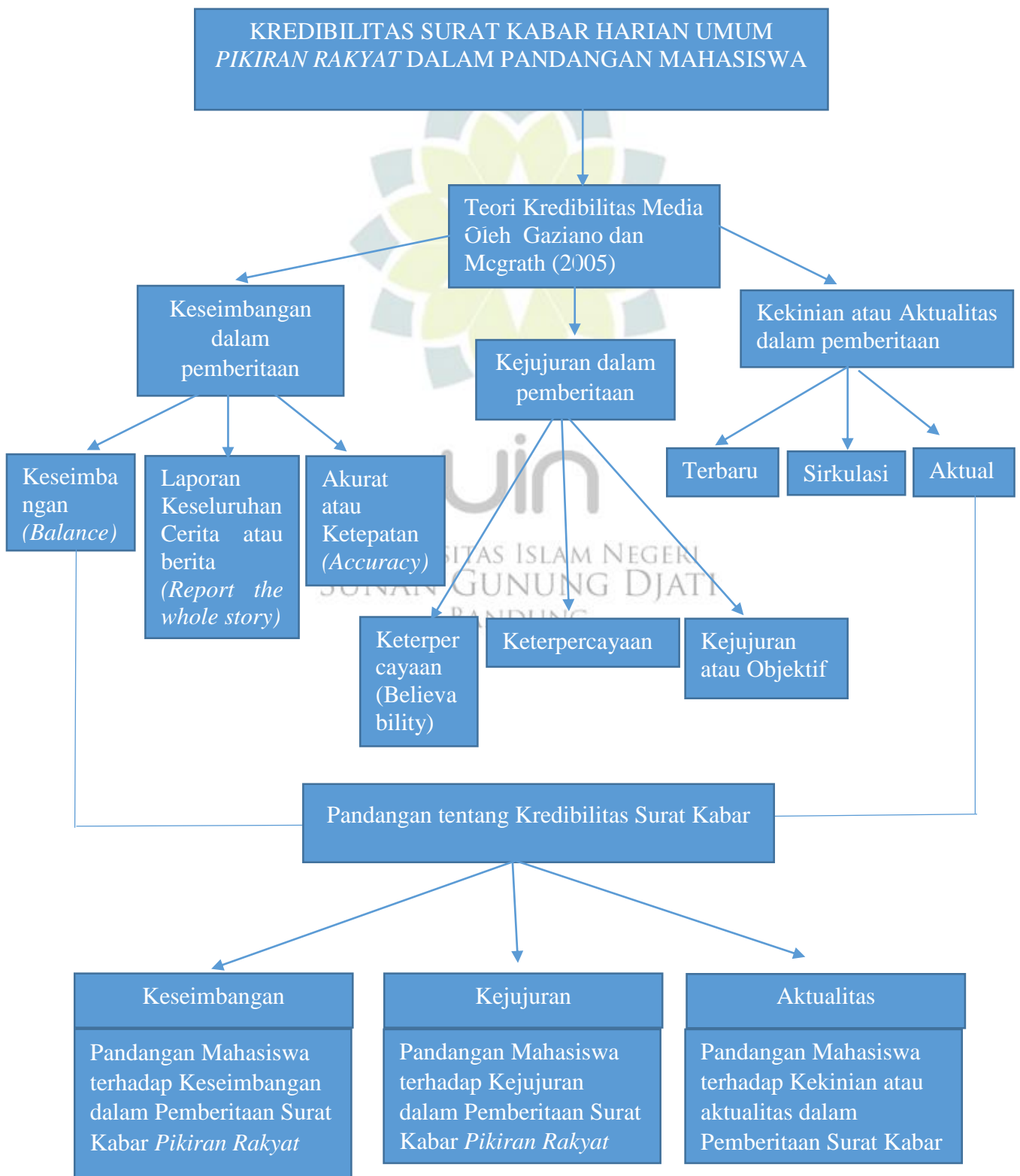
Pandangan adalah sebagai hasil perbuatan memandang. (<http://kamusbahasaIndonesia.org/pandangan>). Pandangan mempunyai sinonim dengan opini atau pendapat. Opini adalah pendapat, ide atau pikiran untuk menjelaskan kecenderungan atau preferensi tertentu terhadap perspektif dan ideologi akan tetapi bersifat tidak objektif karena belum mendapatkan pemastian atau pengujian, dapat pula merupakan sebuah pernyataan tentang sesuatu yang berlaku pada masa depan dan kebenaran atau kesalahannya serta tidak dapat langsung ditentukan misalnya menurut pembuktian melalui induksi.



Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya pandangan merupakan hasil perbuatan memandang terhadap suatu objek yang bersifat tidak objektif yang belum terdapat pemastian atau pengujian.

**Gambar 1.1.**

**Bagan Kerangka Pemikiran**



## **1.6. Langkah-Langkah Penelitian**

### **1.6.1. Lokasi Penelitian**

Objek penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Angkatan 2015 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri sunan Gunung Djati Bandung. Lokasinya terdapat di Jalan A.H. Nasution No.105 Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat.

### **1.6.2. Paradigma dan Pendekatan**

Paradigma yang digunakan dalam penelitian yaitu paradigma interpretatif. Metode-metode penelitian yang ada dalam paradigma interpretatif menganalisis aktivitas sosial melalui pengamatan langsung yang mendetail atas individu di dalam situasi dan kondisi yang alami. Dengan menggunakan paradigma interpretatif, kita dapat melihat fenomena dan menggali pengalaman dari objek penelitian.

Pendekatan interpretatif berangkat dari upaya untuk mencari penjelasan tentang peristiwa-peristiwa sosial atau budaya yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman orang yang diteliti. Pendekatan interpretatif diadopsi dari orientasi praktis. Secara umum pendekatan interpretatif merupakan sebuah sistem sosial yang memaknai perilaku secara detail langsung mengobservasi. (Newman, 1997 : 68)

Interpretatif melihat fakta sebagai sesuatu yang unik dan memiliki konteks dan makna yang khusus sebagai esensi dalam memahami makna sosial. Interpretatif melihat fakta sebagai hal yang cair (tidak kaku) yang melekat pada sistem makna dalam pendekatan interpretatif. Fakta-fakta

tidaklah imparial, objektif dan netral. Fakta merupakan tindakan yang spesifik dan kontekstual yang bergantung pada pemaknaan sebagian orang dalam situasi sosial. Interpretatif menyatakan situasi sosial mengandung ambiguitas yang besar. Perilaku dan pernyataan dapat memiliki makna yang banyak dan dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara. (Newman, 1997 : 72)

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan kualitatif. Menurut Bodgan dan Taylor, metodologi kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, lisan, atau perilaku dari orang-orang yang dapat diamati (Moleong, 2004 : 4). Metodologi dengan pendekatan kualitatif digunakan agar memiliki gambaran yang lengkap dan benar tentang pokok masalah yang akan diteliti.

Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. (Herdiansyah, 2012: 9).

Penelitian kualitatif sesungguhnya bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, atau tindakan, dan sebagainya. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. (Moleong dalam Herdiansyah 2012 : 9).

### **1.6.3. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian ini akan menggunakan metode Kualitatif Deskriptif. Karena metode penelitian tersebut dianggap sangat sesuai dan cocok dengan tema penelitian yang akan dibahas. Dalam kredibilitas surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat* dalam pandangan mahasiswa, data yang diperoleh dari hasil penelitain kualitatif dapat berupa hasil wawancara, observasi dan juga arsip dokumentasi yang didapat dari narsumber. Dari data yang dihasilkan akan dideskripsikan berdasarkan temuan di lapangan ketika penelitian berlangsung.

Penelitian deskriptif mengacu pada penjabaran apa adanya tentang suatu objek dalam lingkungan social, sehingga data yang dideskripsikan dapat disajikan dengan natural. Temuan yang dideskripsikan nantinya tidak melulu hanya hanya hasil dari penangkapan indera penglihatan saja, tapi juga harus peka tentang hal-hal spesifik untuk mengungkap pertanyaan mengapa dan bagaimana suatu realitas sosial. (Mukhtar, 2013: 11).

### **1.6.4. Jenis Data dan Sumber Data**

#### **1.6.4.1. Jenis Data**

Jenis data yang akan digunakan adalah jenis data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang dapat mencakup hampir semua data non-numerik. Data ini dapat menggunakan kata-kata untuk menggambarkan fakta dan fenomena yang diamati.

Jenis data yang akan digunakan peneliti mencakup hasil wawancara mendalam berupa lisan maupun tulisan yang ditulis dalam bentuk laporan.

Data yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah :

1. Data tentang pandangan mahasiswa jurnalistik angkatan 2015 UIN SGD Bandung mengenai kredibilitas surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat* ditinjau dari dimensi keseimbangan pemberitaan
2. Data tentang pandangan mahasiswa jurnalistik angkatan 2015 UIN SGD Bandung mengenai kredibilitas surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat* ditinjau dari dimensi kejujuran pemberitaan
3. Data tentang pandangan mahasiswa jurnalistik angkatan 2015 UIN SGD Bandung mengenai kredibilitas surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat* ditinjau dari dimensi keseimbangan pemberitaan

#### **1.6.4.2.Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder.

- a. Sumber data primer yang diperlukan yaitu hasil wawancara mendalam kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik Angkatan 2015 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung

- b. Sumber data sekunder dari data yang kita butuhkan (Bungin, 2005 : 122). Pada penelitian ini data sekunder yang penulis dapat adalah melalui dokumen seperti buku-buku referensi, situs internet, serta informasi lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

#### **1.6.5. Penentuan Informan atau Unit Penelitian**

Informan dalam penelitian ini adalah 10 orang mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik Angkatan 2015 UIN SGD Bandung, agar data yang diperoleh dapat maksimal. Adapun ciri-ciri informan dalam penelitian ini adalah :

1. Keahlian atau Pendidikan

Secara formal, informan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa ilmu komunikasi jurnalistik angkatan 2015 merupakan mahasiswa yang tercatat sebagai mahasiswa aktif ilmu komunikasi jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung dan angkatan 2015 telah mendapatkan pelajaran tentang surat kabar, penulisan berita, dan dasar-dasar penulisan atau pemberitaan dalam media cetak surat kabar.

2. Relasi atau hubungan dengan Surat Kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat*

Dilihat dari keterkaitan antara informan dengan surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat* bahwa informan yang akan menjadi responden dalam penelitian ini memiliki hubungan yakni

berlangganan atau pernah berlangganan dan intensitas atau lamanya membaca surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat* berkisar antara 2-6 kali dalam sehari sehingga akan dapat menilai atau memandang kredibilitas surat kabar Harian Umum *Pikiran Rakyat* tersebut

### 3. Berpengalaman dengan pers

Yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang memiliki pengalaman terjun ke dalam organisasi pers atau sejenisnya sehingga lebih memahami tentang pers atau yang berkaitan tentang media.

Peneliti mewawancarai 10 mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik Angkatan 2015 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai informan penelitian. Jumlah tersebut sudah melebihi apa yang dikatakan Dukes dalam bukunya Creswell (1998: 22) yang berjudul "*Quality Inquiry and Research Design*" yang mensyaratkan 3 sampai 10 informan. Engkus juga menyatakan faktor terpenting memilih informan adalah karena diharapkan dapat menggambarkan makna dari fenomena/peristiwa secara detail.

#### **1.6.6. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data deskriptif kualitatif ini akan diperoleh berdasarkan pengumpulan data sebagai berikut :

### a. Observasi

Data-data yang didapatkan dari hasil observasi merupakan data-data berdasarkan pengamatan indera tentang kondisi dan realitas lapangan saat penelitian tentang kredibilitas surat kabar *Harian Umum Pikiran Rakyat* dalam pandangan mahasiswa. Hal ini secara langsung memungkinkan peneliti terlibat secara langsung dengan penilaian kredibilitas surat kabar *Harian Umum Pikiran Rakyat* baik melalui membaca secara langsung maupun mengamati dari persepsi mahasiswa mengenai kredibilitas surat kabar *Harian Umum Pikiran Rakyat*.

### b. Wawancara

Wawancara mendalam akan sangat cocok dengan penelitian ini. Karena wawancara mendalam adalah teknik yang digunakan untuk menggali informasi mendalam secara tatap muka langsung tanpa melalui media lain seperti telepon atau email.

#### 1.6.7. Teknik Keabsahan atau Validasi Data

Data-data yang telah dikumpulkan akan direduksi yang disajikan dalam bentuk teks narasi dan dicek kembali untuk mengkonfirmasi dan mendapatkan bukti-bukti yang akurat tentang sebuah data, sehingga data tersebut dianggap kredibel.



### **1.6.8. Teknik Analisis Data**

#### **1. Model Analisis Interaktif Miles dan Haberman**

Data-data yang telah diperoleh akan dilanjutkan dengan proses pengolahan data untuk dikemas menjadi hasil penelitian. Penelitian ini akan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Haberman yang didalamnya terdapat empat tahap dalam mengolah penelitian yaitu pengumpulan data, reduksi data penyajian data dan penarikan kesimpulan/ verifikasi. Maksudnya interaktif dalam model ini yaitu pengolahan datanya akan berlangsung secara terus-menerus hingga tuntas dan tidak ditemukan data lain.

##### **a. Tahap Pengumpulan Data**

Tahap pertama yang dilakukan dalam proses analisis data interaktif Miles dan Haberman adalah pengumpulan data sebanyak-banyaknya. Data tersebut bisa berupa catatan hasil observasi di lapangan, dokumentasi ataupun skrip wawancara dengan narasumber.

##### **b. Tahap Reduksi Data**

Setelah data terkumpul, data tersebut akan dipilih, diberi tanda, disederhanakan kemudian dikategorikan secara sistematis sehingga akan diketahui data-data mana saja yang dibutuhkan dan data mana yang tidak perlu digunakan dalam penelitian. Dengan demikian data yang telah disajikan akan lebih mudah untuk ditarik kesimpulannya.

##### **c. Penyajian Data**

Penyajian data pada penelitian deskriptif kualitatif digambarkan dalam bentuk teks narasi. Data-data yang telah dikumpulkan, direduksi akan disajikan dalam bentuk teks narasi. Sehingga hasil temuan di lapangan dapat dijelaskan secara terperinci, natural dan sesuai dengan yang ada di lapangan.

d. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Setelah data dikumpulkan, direduksi dan disajikan dalam bentuk teks narasi, selanjutnya akan diverifikasi dengan cara mengkonfirmasi keakuratan data dengan memperoleh bukti-bukti suatu data. Setelah data-data dianggap kredibel, maka akan ditarik kesimpulan dari penelitian tersebut.

