

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pelanggaran yang sering dilakukan oleh wartawan adalah “tidak Akurat”. Pelanggaran ini merupakan jenis pelanggaran berat karena verifikasi (klarifikasi, konfirmasi, cek-riccek) termasuk dalam roh jurnalistik. Pengabaian terhadap prinsip utama jurnalistik ini akan menyebabkan kredibilitas media *online* rendah. Disiplin verifikasi adalah pembeda utama antara jurnalistik dengan model komunikasi lain seperti propaganda, fiksi dan hiburan. (Romel, 2014)

Pikiran Rakyat merupakan salah satu media online yang ada di Indonesia dan dipandang sebagai penyedia informasi aktual yang memiliki kecepatan berita ter-update setiap saat. Pikiran Rakyat (PR) berdiri sejak 1996 dan menyediakan berbagai macam berita lokal, nasional hingga internasional secara aktual dan cepat. Tidak hanya itu, PR juga memiliki sebuah wadah bagi masyarakat untuk berbagi informasi dan menyampaikan gagasannya dalam kanal Opini.

Situs *online* yang lebih mengedepankan kecepatan informasi terkadang justru berpotensi melakukan berbagai kekeliruan dalam penulisan, tentu saja hal itu akan berpengaruh pada makna dan kualitas berita. Karena fokus media *online* hanya berpusat pada kecepatan saja maka pemenuhan terhadap kebutuhan informasi

khalayak tidak tersampaikan. Ketika terjadi kesalahan dan berujung pada perubahan makna berita, bagi khalayak berita tersebut menjadi tidak kredibel.

Tingginya terpaan media dan akses media juga menghasilkan arus informasi yang berlebihan pada khalayak. Pada akhirnya, ketidakmampuan khalayak memilih atau menyaring informasi akan menjadikan khalayak mengalami “banjir” informasi dengan beragam informasi yang kadang tidak berkualitas, bahkan juga salah, tidak akurat atau sekedar fitnah (Nandika, 2016:5).

Kehadiran media online ini banyak mengubah proses produksi, distribusi dan konsumsi informasi oleh masyarakat. Informasi menjadi sebuah hal yang mudah dan dapat muncul dengan sangat cepat hingga berlimpah (*overload*). Hal tersebut didorong pula oleh kehadiran *smartphone* yang terkoneksi dengan internet.

Tersebarnya berita yang tidak benar dan belum jelas kebenarannya menjadi sebuah fenomena yang patut dicermati. Praktik penggunaan media *online* yang langsung percaya pada informasi tertentu dan menyebarkan informasi tersebut, tanpa adanya cek dan ricek serta berpikir panjang dapat menyebabkan terjadinya permasalahan nyata dalam kehidupan bermasyarakat. Kebiasaan untuk selalu memeriksa sebuah informasi menjadi sangat penting pada era media *online* saat ini.

Isu sekarang ini beredar tentang kurangnya kredibilitas sebuah media khususnya media *online*. Kuat dugaan terjadinya hal-hal tersebut karena pemenuhan terhadap kebutuhan khalayak akan kecepatan informasi, sehingga jurnalis *online* berasumsi bahwa kecepatan berita merupakan hal yang paling utama dalam media *online*. Namun pengabaian tersebut berimbas pada kuantitas berita dan kredibilitas

berita serta kurang rasa tanggungjawab jurnalis terhadap berita sebagai produk jurnalistik. Kesalahan tersebut terkadang diperbaiki dengan pembaharuan berita yang terbaru. Namun hal tersebut dinilai kurang efektif karena setiap pembaca tidak semuanya mengulang membaca berita yang sama.

Kesalahan yang sudah biasa tersebut tentunya dapat membingungkan pembacanya. Oleh karena itu pembaca harus dapat memilih dan memilah berita yang sesuai dengan fakta bukan fiktif. Hal tersebut dijelaskan dalam Al-Quran Surat Hujurat/49:6

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepada kamu seorang fasik, membawa suatu berita, maka bersungguh-sungguh mencari kejelasan agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa pengetahuan yang menyebabkan kamu atas perbuatan kamu menjadi orang-orang menyesal (Departemen Agama RI, 1993:516).

Allah Swt. Memerintahkan (kaum mukmin) untuk memeriksa dengan teliti berita dari orang fasik, dan hendaklah mereka bersikap hati-hati dalam menerimanya dan jangan menerima dengan begitu saja, yang akibatnya akan membalikkan kenyataan. Orang yang menerima dengan begitu saja berarti sama dengan mengikuti jejaknya. Berangkat dari pengertian tersebut beberapa ulama melarang untuk menerima berita dari orang yang tidak dikenal, karena barangkali dia adalah orang yang fasik, tetapi sebagian ulama lainnya mau menerimanya dengan alasan bahwa hanya diperintahkan untuk meneliti kebenaran berita orang fasik.

Pers saat ini telah berkembang pesat daripada waktu sebelumnya, meskipun perkembangan ini baru dalam aspek kuantitas (jumlah lembaga media, keragaman rubrik atau acara, tiras, jumlah halaman dan sebagainya). Namun dari segi kualitas, umumnya pers kita masih terbelakang. Padahal pers di Indonesia telah lama eksis, jauh sebelum Indonesia merdeka 1945, saat pers Indonesia dijuluki pers perjuangan (Mulyana, 2008:18).

Kenyataan ini menunjukkan bahwa media sudah banyak tersebar di seluruh penjuru Indonesia. Dengan jumlah media yang banyak, maka kredibilitas media tersebut terkadang menjadi pertanyaan. Sisi negatif dari aktualnya suatu berita *online* bisa menyebabkan data kerap kurang akurat, kurang mendalam dan belum ada verifikasi terhadap objek yang diberitakan. Padahal akurasi pemberitaan yang dibuat oleh wartawan sebuah media merupakan barometer citra media massa tersebut di mata pembacanya.

Kredibilitas merupakan komponen penting dari sebuah media massa, namun terkadang wartawan yang berada di dalamnya sering melupakannya. Kecepatan dari sebuah media massa sering menjadi sebuah penyebab utama dikesampingkannya kredibilitas dari berita. Berita perlu memiliki unsur-unsur kredibilitas di dalamnya, seperti dipercaya (*credibility*), akurasi (*accuracy*), bias dan kelengkapan berita (*completeness*).

Menurut Jim Hall dalam Jurnal Ilmiah berjudul *Online Journalism, A Critical Primer* menjelaskan bahwa kredibilitas media (*media credibility*) merupakan sebuah tingkatan kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat kepada pemberitaan media. Semakin kredibel sebuah media berarti tingkat kepercayaan masyarakat kepada media tersebut semakin tinggi.

Dalam oxford bibliographies dijelaskan: “The concept of media credibility is related to the more general concept of trust. If one views media credibility as audience trust applied to the news media, the one needs to better understand the concept of trust.” Yang artinya yaitu konsep kredibilitas media terkait dengan konsep kepercayaan yang lebih umum. Jika seseorang memandang kredibilitas media sebagai kepercayaan audiens yang diterapkan pada media berita, ia perlu memahami konsep kepercayaan dengan lebih baik.

Abdulla, dkk (2002:15) melakukan kajian mengenai Kredibilitas Berita Surat Kabar, Televisi Dan Berita *Online*. Hasil penelitian ini menyebutkan media *online* memiliki tiga dimensi utama, yaitu dapat dipercaya (*trustworthiness*), kemutakhiran (*currency*) dan bias (*bias*). *Trustworthy* merupakan unsur yang paling tinggi, diikuti dengan terpercaya dan akurat. Unsur lainnya yang membentuk dimensi *trustworthiness* adalah memberitakan secara utuh, berimbang dan adil. Bias dan objektif menunjukkan perbedaan persepsi pengguna berita *online* dibandingkan dengan berita surat kabar dan televisi.

Media *online* yang kredibel, mengenai produksi pemberitaan akan senantiasa mematuhi kode etik jurnalistik, menulis sesuai dengan kaidahnya, memiliki judul yang sesuai dengan isi berita dan memiliki nilai berita yaitu tercantum dalam berbagai literatur komunikasi dan jurnalistik yang sudah berlaku secara universal seperti untuk informasi (*to inform*), edukasi (*to educate*), koreksi (*to influence*), rekreasi (*to entertaint*) dan mediasi (*to mediate*).

Seiring berkembangnya teknologi juga membawa perubahan pada media massa. Media massa sebagai sarana informasi yang berawal dari media cetak, kemudian media elektronik hingga saat ini dikenal sebuah media baru, yaitu media *online* atau media internet.

Menurut Vira dalam Buku “Komunikasi Massa” menjelaskan media baru (*new media*) merupakan alat atau sarana dalam menyampaikan pesan pada khlayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau disebut juga sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Internet salah satu bentuk dari media baru. Jika media cetak mengandalkan percetakan, media elektronik mengandalkan sinyal transmisi, sedangkan media baru mengandalkan komputer. Sedangkan media *online* adalah media yang dikemas dalam bentuk yang sederhana, serta tidak memiliki batasan ruang dan waktu. Dapat diakses kapanpun dan dimanapun.

Dikutip dari website resmi kominfo.go.id, Menteri Komunikasi dan Informatika memperkirakan jumlah media online di tahun 2018 yang ada di Indonesia mencapai hingga 43 ribu portal berita online. Namun jumlah yang terverifikasi oleh Dewan Pers hanya 100 media yang terbagi secara verifikasi administrasi faktual, verifikasi administrasi dan verifikasi faktual.

Dilihat dari penggunaanya, berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2008 menunjukkan ada 78% masyarakat yang berusia lebih dari 10 tahun ke atas lebih cenderung memanfaatkan media elektronik, khususnya televisi dalam mendapatkan akses informasi, sedangkan sekitar 22% menyatakan memperoleh informasi melalui media cetak, khususnya surat kabar harian dan majalah. Namun kondisi ini sudah

berkembang seiring meningkatnya tradisi baca masyarakat saat ini. Kini media *online* telah menjadi salah satu opsi pilihan dalam memperoleh informasi bagi masyarakat (Syarifudin, 2010 : 8-9). Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJI) menunjukkan pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta dari total populasi penduduk Indonesia (256,2 juta jiwa).

Setelah memperhatikan objek pembaca yang lebih unggul adalah masyarakat yang berpendidikan tinggi, maka peneliti berniat untuk menjadikan mahasiswa sebagai objek penelitian. Mahasiswa bisa disebut sebagai tingkatan masyarakat akademis yang memiliki strata pendidikan yang lebih tinggi. Kemudian pada penelitian ini, peneliti memilih yang dijadikan objek penelitian adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Alasan meneliti mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung karena Pikiran Rakyat merupakan salah satu sumber informasi yang sangat penting dan memiliki unsur *proximity* dengan mahasiswa, kedekatan dengan geografisnya dan emosional. Mahasiswa juga bisa belajar bagaimana proses penulisan berita di situs berita Pikiran Rakyat, selain itu peneliti telah melakukan pra observasi dengan hasil minat membaca mahasiswa lebih banyak pada media *online* Pikiran Rakyat.

Penelitian ini tentunya diharapkan dapat berguna untuk menunjang kebutuhan akademis mahasiswa. Mahasiswa sebagai bagian dari kelompok masyarakat yang memiliki sifat kritis terhadap suatu fenomena yang terjadi dan sangat butuh informasi, dapat mengembangkan pola pikir dan wawasan pengetahuannya, peneliti memilih

media Pikiran Rakyat karena sejauh ini belum ada penelitian untuk media online yang mengukur kredibilitas dalam pandangan mahasiswa.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini berfokus pada: “*Bagaimana pandangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik mengenai kredibilitas media online Pikiran Rakyat?*”.

Dari fokus penelitian, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pandangan mahasiswa mengenai berita politik dan sosial yang dapat dipercaya di media *online* Pikiran Rakyat?
2. Bagaimana pandangan mahasiswa mengenai berita kekinian politik dan sosial di media *online* Pikiran Rakyat?
3. Bagaimana pandangan mahasiswa mengenai bias berita politik dan sosial di media *online* Pikiran Rakyat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pendapat mahasiswa mengenai keterpercayaan berita politik dan sosial di media *online* Pikiran Rakyat.
2. Untuk mengetahui pandangan mahasiswa mengenai berita kekinian politik dan sosial di media *online* Pikiran Rakyat.
3. Untuk mengetahui pandangan mahasiswa mengenai bias berita politik dan sosial di media *online* Pikiran Rakyat.

1.4 Kegunaan Penelitian

Ada dua hal yang menjadi tinjauan dalam penelitian ini, yaitu Kegunaan Akademis dan Kegunaan Praktis sebagai berikut :

1. Kegunaan Akademis

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan dan pengembangan ilmu pengetahuan terlebih mengenai media *online* masa kini. Lebih khusus lagi dapat berpengaruh bagi pemahaman mahasiswa mengenai media *online* dan kejournalistikkannya. Begitupun bagi peneliti lainnya, semoga dapat menjadi bahan referensi dan dapat menggunakan penelitian ini dengan bijak.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak-pihak terkait sebagai bahan informasi dan menjadi bahan pengembangan untuk meningkatkan kinerja yang dimiliki obyek penelitian. Serta, dijadikan bahan pertimbangan bagi media *online* Pikiran Rakyat dalam mengambil tindakan di masa yang akan datang. Pikiran Rakyat juga dapat mengetahui bagaimana pandangan pembacanya dari masyarakat akademisi.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian Sebelumnya

Dalam penelitian ini, ditemukan beberapa penelitian sejenis terdahulu yang dapat dijadikan acuan serta referensi oleh peneliti saat melakukan penelitian, diantaranya sebagai berikut:

Canggi Araliya Aprianti Ode. 2014. Kredibilitas Pemberitaan Pada Portal Berita Online Kompas.Com (Suatu Studi Analisis Isi). Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, yaitu mengumpulkan data yang di *update* di portal Kompas.com, serta menggunakan teknik sampel *purposive*. Untuk pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS dengan submenu *frequencies*. Hasil penelitian ini menjelaskan kredibilitas pemberitaan pada berita *online* kompas.com yang meliputi dimensi *Accuracy* (Akurasi judul dan isi 100%, kesalahan penulisan 93% dan akurasi foto isi 100%), dimensi *Believability* (*Opinitative* 96% dan transparansi sumber berita 91%), dimensi *Bias* (*Cover both side* 43%) serta dimensi *Completeness* (Kelengkapan unsur berita 92%). Perbedaan terletak pada objek dan metode penelitian.

Dani Prayudhi. 2013. Persepsi Mahasiswa Tentang Tingkat Akurasi Pemberitaan Media Online Detik.com. Penelitian ini menggunakan metode deskripsi kuantitatif. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2007 dan 2008 Unitirta, detik.com termasuk situs berita *online* yang akurat dengan perolehan nilai 71,8%. Ini berarti jika detik.com terus menjaga kualitasnya, tingkat akurasinya pun akan bertambah dan mendekati sempurna. Perbedaan terletak pada metode penelitian dan media *online* yang digunakan.

Rachmat Widodo. 2012. Kredibilitas Pemberitaan pada Portal Berita Online Vivanews.com. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi. Dari penelitian ini dapat dilihat bahwa pemberitaan pada portal berita

online *vivanews.com* cukup kredibel. Kualitas-kualitas yang menentukan tingkat kredibilitas pemberitaan seperti *accuracy*, *believability*, *bias* dan *completeness* sudah dimiliki *vivanews.com* dan relatif terpenuhi. Perbedaan penelitian ini dari pendekatan, metode dan objek penelitian. Persamaannya, sama-sama meneliti tentang kredibilitas pada suatu media.

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 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 metode kualitatif. Perbedaannya terletak pada objek penelitian.

*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%). Persamaan dalam penelitian ini yaitu meneliti kredibilitas media *online*. Perbedaan terletak pada metode penelitian.*

Sholihul Abidin, Ageng Rara Cindoswari, Sukadamai Gea. 2017. *Kredibilitas Media dalam Pemberitaan Implementasi Kawasan Ekonomi Khusus Kota Batam (Survei Koran Harian Batam Pos, Tribun Batam, Sindo Batam, Haluan Kepri, dan Pos Metro)*. Jurnal penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksploratif dengan paradigma kuantitatif dan metode survei. Berdasarkan temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa media cetak Haluan Kepri berada pada kategori media massa yang memiliki kredibilitas sangat tinggi. Batam pos, Tribun Batam dan Koran Sindo berada pada kategori kredibilitas tinggi. Sedangkan Pos Metro berada pada kategori kredibilitas sedang. Persamaannya, sama-sama meneliti kredibilitas media. Perbedaannya dari jenis penelitian, objek penelitian dan metode penelitian.

Tabel 1.1. Daftar Penelitian Sebelumnya

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode yang Digunakan	Hasil Penelitian
1.	Kredibilitas Pemberitaan Pada Portal Berita Online Kompas.com (Suatu Studi Analisis Isi)	Canggi Araliya Aprianti Ode (Skripsi) UIN Alauddin Makassar	Deskripsi Dokumentasi Kuantitatif	Hasil penelitian ini menjelaskan kredibilitas pemberitaan pada berita online kompas.com yang meliputi dimensi <i>Accuracy</i> (Akurasi judul dari isi 100%, kesalahan penulisan 93% dan akurasi foto isi 100%) dimensi <i>Believability</i> (<i>Opinitative</i> 96% dan transparansi sumber berita 91%) dimensi <i>Bias</i> (<i>Cover both side</i> 43%) serta dimensi <i>Completeness</i> (Kelengkapan unsur berita 92%)

2.	Persepsi Mahasiswa Tentang Tingkat Akurasi Pemberitaan Media Online Detik.com	Dani Prayudhi (Skripsi) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	Deskripsi Kuantitatif	Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Ilkom Jurnalistik angkatan 2007 dan 2008 Untirta, detik.com termasuk situs berita <i>online</i> yang akurat dengan perolehan nilai 71,83%.
3.	Kredibilitas Pemberitaan pada Portal Berita <i>Online</i> Vivanews.com	Rachmat Widodo (Skripsi) Universitas Diponegoro	Pendekatan Kuantitatif metode Analisis Isi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan pada portal berita <i>online</i> vivanews.com cukup kredibel. Kualitas-kualitas yang menentukan tingkat kredibilitas pemberitaan seperti <i>accuracy</i> , <i>believability</i> , <i>bias</i> dan <i>completeness</i> sudah dimiliki vivanews.com dan relatif terpenuhi.
4.	Tayangan Indonesia Bagus di NET TV dalam Pandangan Anggota Wanadri (Penelitian Kualitatif pada Anggota Wanadri Kota Bandung)	Lila Melta Sari (Skripsi) UIN SGD Bandung	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.
5.	Kredibilitas Pemberitaan Portal Detik.com (Analisis Isi	Muhammad Noor Aziz	Metode Dokumentasi dan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas pemberitaan pada

	Portal Berita Online)	Kautsar (Skripsi) UIN Alauddin Makassar	Metode Penelitian Kuantitatif	berita <i>online</i> detik.com yang meliputi <i>Accuracy</i> (Akurasi judul dan isi 91% kesalahan penulisan 87,5% dan akurasi foto isi 89%), dimensi <i>Believability</i> (<i>Opinitative</i> 89,3% dan tarnsparansi sumber berita 96%) dimensi Bias (<i>Cover both side</i> 12,5%) serta dimensi <i>Completeness</i> (Kelengkapan unsur berita 96,4%)
6.	Kredibilitas Media dalam Pemberitaan Implementasi Kawasan Ekonomi Khusus Kota Batam (Survei Koran Harian Batam Pos, Tribun Batam, Sindo Batam, Haluan Kepri dan Pos Metro)	Solihul Abidin, Ageng Rara Cindoswari, Sukadamai Gea (Jurnal) Universitas Putera Batam	Penelitian eksploratif paradigma kuantitatif metode survei	Berdasarkan temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa media cetak Haluan Kepri berada pada kategori media massa yang memiliki kredibilitas sangat tinggi. Batam pos, Tribun Batam dan Koran Sindo berada pada kategori kredibilitas tinggi.

1.5.2 Landasan Teoritis

Penelitian ini pada dasarnya menggunakan konsep kredibilitas media sebagai landasan. Kredibilitas media (*media credibility*) adalah tingkat kepercayaan pemberitaan media. Semakin kredibel sebuah media, maka tingkat kepercayaan khalayak terhadap pemberitaan yang ada di media tersebut semakin tinggi. Penelitian ini berfokuskan pada media baru (*new media*) atau media *online*.

McQuail dalam buku Komunikasi Massa oleh Nawiroh Vera mendasarkan aspek perkembangan media baru dengan dua hal. *Pertama*, digitalisasi. Yaitu pesan yang dikonstruksi dalam bentuk teks, kemudian diubah menjadi serangkaian kode-kode digital dan dapat diproduksi, dikirimkan pada penerima maupun disimpan. *Kedua*, konvergensi. Yaitu penyatuan semua bentuk dan fungsi media yang selama ini berdiri sendiri-sendiri baik dalam proses organisasinya, distribusi, penerimaan, regulasi maupun fungsi sebagai sumber informasi dan hiburan.

Salah satu yang dihasilkan oleh media adalah berita. 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.

Kredibilitas memiliki arti suatu keadaan atau kondisi yang dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan sebagaimana mestinya. Media massa yang memiliki konsentrasi penyampai informasi harus memahami bahwa berita yang disampaikan memiliki kredibilitas. Arti dari kredibilitas berita itu sendiri adalah apabila informasi tersebut dapat dipercaya oleh para pengguna informasi dan jika dalam informasi tersebut terdapat kesalahan, maka kesalahannya tersebut tidaklah banyak serta sumber informasi tersebut dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.

Dewan pers mengartikan kredibilitas secara kebahasaan, kredibilitas media artinya media yang mampu memikul kepercayaan dan dapat dipercaya (*media trust*). Secara essensial, media kredibel adalah media yang senantiasa mengedepankan *responsability* dan *accountability*. Secara jurnalistik, *media trust* biasanya dibangun atas dasar ketaatan terhadap prinsip-prinsip jurnalisme, baik dalam arti mekanisme maupun etik, ketaatan terhadap kelaziman jurnalistik (*the best practice of democratic media*) dan ketaatan pada hukum. Apakah hal itu cukup untuk membangun kepercayaan? Belum cukup, tanpa disertai misi publik baik dalam makna menjadi penyambung lidah publik, melindungi publik dan menjadi avant garda publik.

Kredibilitas media akan terbangun apabila dipenuhi aspek-aspek internal dan aspek-aspek eksternal. Salah satunya aspek internal yang dapat dibedakan antara aspek-aspek jurnalistik dan aspek non jurnalistik. Aspek jurnalistik. Media akan kredibel apabila secara jurnalistik bermutu. Caranya dengan menjunjung tinggi independensi dan implementasi kode etik jurnalistik, para jurnalis dan pengelola *newsroom* harus memiliki kapasitas intelektual dan keterampilan di bidang jurnalistik atau di luar jurnalistik. Kapasitas intelektual harus ditunjukkan bahwa ilmu yang dimiliki menjadi tuntutan bekerja dan bersikap, memiliki tanggung jawab terhadap perikehidupan publik, mencintai kebenaran dan memiliki keberanian menegakkan kebenaran.

Dalam *Perceptions of Information Credibility*, Flanagin dan Metzger (2000) menjelaskan media konvensional (cetak) menjalani proses verifikasi serta melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum sampai kepada publik. Sebuah penelitian yang

membandingkan antara media cetak dan media online tersebut secara lebih jauh mengemukakan bahwa situs berita di internet (media online) tidak selalu melakukan langkah-langkah verifikasi serta melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum sampai kepada publik. Bahkan, karena mudah diedit, dihapus kapan saja, berita media online bisa disajikan “asal-asalan”. Akurasi belakangan. Hasil studi Flanagin dan Metzger menunjukkan situs internet memang kredibel, namun tidak seterpercaya media cetak. Flanagin dan Metzger menggunakan konsep multidimensional untuk mengukur kredibilitas media yaitu dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), bias dan kelengkapan berita (*completeness*).

Faktor kredibilitas pemberitaan suatu media tidak hanya dilihat dari kontennya saja namun juga bagaimana media tersebut mampu menyebarkan informasi dengan cepat, mudah untuk diakses dan juga menampilkan fitur tambahan dari sebuah berita kepada khalayak. Berikut adalah faktor-faktor kredibilitas berita media massa:

1. Keseimbangan dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *balance*, *report the whole story*, *objective*, *fair*, *accuracy*. Hal yang paling utama dalam faktor ini adalah *balance* dan *report the whole story*.
2. Kejujuran dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *honesty*, *believability*, *trustworthiness*. Hal yang paling utama dalam pemberitaan ini adalah *honesty*.
3. Kekinian dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *uptodate*, *currency*, dan *timeliness*. Ketiga dimensi tersebut memiliki proporsi yang hampir sama dalam membangun faktor ini.

1.5.3 Kerangka Konseptual

Bagian ini menjelaskan tentang beberapa konsep penting terkait yang mendasar penelitian. Uraian pada kerangka konseptual ini adalah pembahasan komponen ide yang terdapat di dalam sebuah konsep yang mendasari dasar pembentukan kerangka konsep. Dalam penelitian ini peneliti memaparkan konsep mengenai kredibilitas, media baru atau media *online* dan pandangan mahasiswa.

1.5.3.1 Kredibilitas

Kredibilitas memiliki arti suatu keadaan atau kondisi yang dapat dipercaya dan dapat dipertanggung jawabkan sebagaimana mestinya. Media massa yang memiliki konsentrasi penyampai informasi harus memahami bahwa berita yang disampaikan memiliki kredibilitas. Arti dari kredibilitas berita itu sendiri adalah apabila informasi tersebut dapat dipercaya oleh para pengguna informasi dan jika dalam informasi tersebut terdapat kesalahan, maka kesalahannya tersebut tidaklah banyak serta sumber informasi tersebut dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.

Secara kebahasaan, kredibilitas media artinya media yang mampu memikul kepercayaan dan dapat dipercaya (*media trust*). Secara essensial, media kredibel adalah media yang senantiasa mengedepankan *responsability* dan *accountability*. Secara jurnalistik, *media trust* biasanya dibangun atas dasar ketaatan terhadap prinsip-prinsip jurnalisme, baik dalam arti mekanisme maupun etik, ketaatan terhadap kelaziman jurnalistik (*the best practice of democratic media*) dan ketaatan pada hukum. Apakah hal itu cukup untuk membangun kepercayaan? Belum cukup, tanpa

disertai misi publik baik dalam makna menjadi penyambung lidah publik, melindungi publik dan menjadi avant garda publik. (Dewan Pers, 2017:10).

Dua komponen kredibilitas yang paling penting ialah keahlian dan kepercayaan. Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikate tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang dinilai rendah pada keahlian dianggap tidak berpengalaman, tidak tahu atau bodoh. Kepercayaan adalah kesan komunikate tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya. Apakah komunikator dinilai jujur, tulus, bermoral, adil, sopan, dan etis? Atau apakah ia dinilai tidak jujur, lancang, suka menipu, tidak adil dan tidak etis? (Rahkmat, 2012:257)

Kredibilitas berita menjadi aspek utama yang harus dimiliki oleh sebuah perusahaan media massa. Kepercayaan khalayak terhadap informasi-informasi dan pemberitaan yang dimuat oleh media massa banyak dipengaruhi oleh faktor kredibilitasnya. Arifin (2010:120) tidak dapat dibantah bahwa selain masalah teknis pemuatan, penempatan dan juga pemilihan berita, maka pemilihan narasumber, gaya berita dan opini media yang ditawarkan bisa menjadi frame bagi khalayak untuk menentukan sikapnya atas suatu tertentu. Ini mempertegas bahwa kekuatan pemberitaan media massa sampai saat ini masih dominan menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk mengonsumsi suatu media massa.

Pada perspektif komunikasi, media massa dianggap menjadi elemen komunikator. Adapun kredibilitas komunikator yang dimaksud yaitu tingkat kepercayaan seseorang kepada seorang pembicara. Maka dalam hal komunikasi massa, kredibilitas komunikator dimaksudkan tingkat kepercayaan khalayak pembaca

pada media massa. Tingkat kredibilitas tentunya akan meningkat apabila mendapatkan informasi dari komunikatir yang ahli dan dapat dipercaya.

Faktor kredibilitas pemberitaan suatu media tidak hanya dilihat dari kontennya saja namun juga bagaimana media tersebut mampu menyebarkan informasi dengan cepat, mudah untuk diakses dan juga menampilkan fitur tambahan dari sebuah berita kepada khalayak. Berikut adalah faktor-faktor kredibilitas berita media *online* :

- 1) Pemberitaan yang dapat dipercaya meliputi dimensi *truthworthiness*, *believability*, *accuracy*, *report the whole story*, *balancem fairness*. Tiga dimensi yang disebutkan di awal memiliki kontribusi lebih menonjol dalam faktor ini.
- 2) Kekinian dalam pemberitaan yang meliputi dimensi *currency*, *up to date*, *timesless*. Ketiga dimensi ini juga memiliki proporsi yang hampir seimbang dalam faktor kekinian.
- 3) Tidak bias dalam pemberitaan yang meliputi dimensi *bias*, dan *objective*. Dimensi bias memiliki kontribusi lebih besar dalam faktor ini.

Perceptions of Information Credibility, Flanagin dan Metzger (2000) menjelaskan media konvensional (cetak) menjalani proses verifikasi serta melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum sampai kepada publik. Sebuah penelitian yang membandingkan antara media cetak dan media online tersebut secara lebih jauh mengemukakan bahwa situs berita di internet (media online) tidak selalu melakukan langkah-langkah verifikasi serta melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum

sampai kepada publik. Bahkan, karena mudah diedit, dihapus kapan saja, berita media online bisa disajikan “asal-asalan”. Akurasi belakangan. Hasil studi Flanagin dan Metzger menunjukkan situs internet memang kredibel, namun tidak seterpercaya media cetak. 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).

1.5.3.2 Media Online

Media *online* merupakan bagian dari Media Baru yang dalam proses penyampaian pesan kepada khalayak menggunakan teknologi digital atau disebut juga jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Media baru memungkinkan orang untuk membuat, memodifikasi, dan berbagi dengan orang lain, menggunakan alat yang relatif sederhana. Semua orang memiliki peran yang sama yaitu dapat mengubah fungsi media komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok maupun komunikasi massa.

Pada media baru terdapat beragam fitur yang merupakan konsekuensi dari ciri konvergensi, yaitu sebagai berikut:

1. Media *online* secara umum yang disebut media *online* adalah segala bentuk media yang hanya dapat diakses melalui internet. Sedangkan secara khusus media *online* adalah segala jenis media massa yang dipublikasikan melalui internet secara *online*, baik itu segala jenis media cetak maupun media elektronik. Jika produk media massa yang bersifat informasi disebut sebagai

karya jurnalistik, maka jurnalistik dalam media *online* disebut sebagai jurnalistik *online*.

2. Media sosial.
3. *Chat room*.
4. *E-mail*.

Beberapa ahli memberikan definisi atau penjelasan mengenai internet secara berbeda-beda, seperti dikatakan Rice (1993; dalam McQuail) karakteristik media *online* atau internet dapat dilihat menurut jenis penggunaannya, isinya dan konteksnya yaitu sebagai berikut.

- 1) *Interpersonal communication media*.
- 2) *Interactive play media*.
- 3) *Information search media*.
- 4) *Collective participatory media*.

Dalam bidang politik, media *online* dapat dijadikan sebagai alat proses demokratisasi. Internet menyediakan ruang tanpa batas bagi semua pihak. Media *online* ini dapat pula menjadi alat untuk interaksi antara masyarakat dengan pemerintah. Menurut Vera dalam Buku Komunikasi Massa di Indonesia media *online* merupakan media yang paling populer terutama di daerah perkotaan. Internet sendiri sudah menjadi kebutuhan sebagian besar mahasiswa, karyawan, pelaku bisnis dalam fungsinya pencarian informasi, sebagai media komunikasi antarpribadi dan sebagai media hiburan.

Dalam jangka waktu 5 tahun perkembangan teknologi komunikasi sudah jauh berubah. Jika ciri utama media massa; harus berada dalam sebuah organisasi yang kompleks, khalayak sarannya luas, heterogen dan anonim, isi mencakup berbagai aspek kehidupan, disampaikan melalui media massa baik cetak maupun elektronik, maka internet sudah bisa dikategorisasikan sebagai bagian dari komunikasi massa. Banyak situs yang ada saat ini berada dalam wadah organisasi dan jelas arah regulasinya. Misalnya Detik.com, Kompas Cyber Media, Tempo Interaktif, dan masih banyak media lainnya. Khalayaknya sama dengan ciri-ciri media massa, isinya pun sangat variatif, pesan disampaikan juga melalui media yaitu komputer dan smartphone (media elektronik).

1.5.3.3 Pandangan Mahasiswa

Pandangan memiliki kata dasar pandang yang berarti penglihatan yang tetap dan berlangsung lama. Arti lain menyelidiki sesuatu secara teliti. Pandangan adalah hasil perbuatan memandang, memperhatikan, melihat dan sebagainya. (<http://kbbi.web.id/pandang>). Sinonim dari kata pandangan ialah opini atau pendapat.

Opini adalah pendapat atau ide dan pemikiran untuk menjelaskan kecenderungan atau preferensi tertentu terhadap perspektif dan ideologi akan tetapi bersifat tidak objektif karena belum mendapatkan pemastian atau pengujian, dapat pula berisi sebuah pernyataan mengenai sesuatu yang berlaku pada masa depan. Kebenaran ataupun kesalahannya tidak bisa langsung ditentukan.

Dapat disimpulkan, pandangan merupakan hasil perbuatan terhadap suatu objek yang bersifat tidak objektif dan belum terdapat pemastian atau pengujian.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian ini tergantung pada objek penelitian. Sedangkan objek penelitian adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung maka lokasi yang ditentukan adalah di Jalan A.H Nasution nomor 105 Kecamatan Cibiru Kota Bandung, kode pos 40614.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretatif, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik atau utuh, kompleks, dinamis, penuh makna dan hubungan gejala interaktif. Pendekatan interpretatif memandang metode penelitian ilmiah tidaklah cukup untuk dapat menjelaskan misteri pengalaman manusia, sehingga diperlukan unsur yang kuat dalam penelitian.

Paradigma interpretatif berangkat dari upaya untuk mencari penjelasan tentang peristiwa-persitiwa 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. 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-fakat tidaklah imparsial, 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 Tylor, metodologi kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, lisan atau perilaku dari orang-orang yang diamati (Moleong, 2004:4). Menurut Masyhuri dan Zaenudin dalam Buku “Metode Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif menjelaskan penelitian kualitatif adalah sebuah proses *inquiri* yang menyelidiki masalah-masalah sosial dan kemanusiaan dengan tradisi metodologi yang berbeda. Peneliti membangun sebuah gambaran yang kompleks dan holistic, menganalisa kata-kata, melaporkan pandangan atau opini para informan, dan keseluruhan studi berlangsung dalam latar situasi alamiah wajar (*natural setting*).

Kualitatif ini merupakan suatu penelitian ilmiah yang memiliki tujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. 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 ilmiah (Moleong dalam Herdiansyah, 2012:9).

1.6.3 Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini akan menggunakan metode Deskriptif. Metode tersebut dirasa sangat cocok dengan tema penelitian yang akan dibahas. Dalam kredibilitas media *online* Pikiran Rakyat dalam pandangan mahasiswa bisa didapat data yang diperoleh dari hasil penelitian kualitatif yaitu berupa hasil wawancara, observasi dan arsip dokumen yang didapat dari narasumber jika ada. Dari data yang didapat, kemudian di deskripsikan berdasarkan dengan fakta yang ditemukan di lapangan ketika penelitian berlangsung.

Penelitian deskriptif ini mengacu pada penjabaran apa adanya tentang suatu objek dalam lingkungan sosial, sehingga data yang dideskripsikan dapat disajikan dengan natural. Temuan yang dideskripsikan nantinya tidak melulu 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 digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif. Jenis data yang akan digunakan peneliti berupa hasil wawancara mendalam berupa lisan dan tulisan yang ditulis dalam bentuk laporan.

Data yang akan diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Data tentang pandangan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2016 UIN SGD Bandung mengenai kredibilitas berita *online* pada media PR ditinjau dari dimensi kejujuran berita politik dan sosial.
2. Data tentang pandangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2016 UIN SGD Bandung mengenai kredibilitas berita *online* pada media PR ditinjau dari dimensi berita kekinian politik dan sosial.
3. Data tentang pandangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2016 UIN SGD Bandung mengenai kredibilitas media *online* PR ditinjau dari dimensi bias berita politik dan sosial.

1.6.4.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan dua sumber yaitu sumber primer dan sumber sekunder.

1. Sumber primer terdiri dari data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2016 UIN SGD Bandung.
2. Sumber sekunder dari data penunjang penelitian. Peneliti menentukan sumber sekunder dari dokumen-dokumen seperti buku referensi, situs internet, penelitian serupa dan informasi lain yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang diteliti.

1.6.5 Penentuan Informan

Informan adalah orang yang berada pada lingkup penelitian, artinya orang yang dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Dalam penentuan informan, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan salah satu teknik sampling non random sampling, peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Menurut Dukes dalam buku Creswell (1998:22) yang berjudul “*Quality Inquiry and Research Design*” mensyaratkan 3 sampai 10 informan. Peneliti mewawancarai 10 mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik artinya sudah sesuai dengan yang dikatakan Dukes. Faktor terpenting dalam memilih informan yaitu diharapkan dapat menggambarkan makna dari fenomena atau peristiwa secara detail. Informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN SGD Bandung. Dengan beberapa pertimbangan atau kriteria khusus sebagai berikut:

1. Keahlian atau Pendidikan

Secara formal, informan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif dan telah atau sedang mengikuti mata kuliah penulisan berita, jurnalistik *online*, dasar-dasar penulisan berita dalam media *online*.

2. Berhubungan dengan media *online* Pikiran Rakyat

Artinya memiliki keterkaitan dan ketertarikan dengan media *online* Pikiran Rakyat. Informan akan menjadi responden dalam penelitian yang memiliki hubungan seperti intensitas membaca dan membuka situs internet media Pikiran Rakyat sekitar 2-5 kali dalam sehari sehingga dapat menilai atau memandang kredibilitas media *online* Pikiran Rakyat.

Mengingat subjeknya yang sudah ditentukan sejak awal dengan kriteria khusus dan sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti hanya akan menjadikan mahasiswa yang aktif dan yang memiliki intensitas 2-5 kali membaca berita di media *online* Pikiran Rakyat.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data paling tepat dalam penelitian ini. Penggalan informasi akan sangat berguna, baik dengan cara tatap muka atau melalui media lain seperti telepon atau e-mail. Karena penelitian ini memandang mahasiswa sebagai objek, maka wawancara dengan tatap muka dibutuhkan.

2. Studi Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mendukung atau menambah sumber data penelitian. Bisa berupa gambar, laporan tertulis, naskah berita, artikel, penelitian yang serupa yang muncul di media massa. Dokumen juga dapat memberikan rincian yang lebih spesifik dari hasil data sebelumnya.

3. Observasi

Data-data yang didapat dari hasil observasi merupakan data yang berdasar pada pengamatan indera tentang kondisi realitas lapangan saat penelitian tentang kredibilitas media *online* Pikiran Rakyat dalam pandangan mahasiswa. Hal-hal mengenai deskripsi verbal, paralinguistik. Proksemik, kinesik, facial, dan artifaktual. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi non partisipan. Yaitu peneliti tidak terlibat aktif dan hanya sebagai pengamat independen.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Data yang sudah terkumpul akan direduksi untuk kemudian disajikan dalam bentuk teks narasi dan dicek kembali untuk mengkonfirmasi dan mendapatkan bukti-bukti yang akurat tentang sebuah data, sehingga data tersebut dapat dikatakan sebagai data yang kredibel.

1.6.8 Teknik Analisis Data

1.6.8.1 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 atau verifikasi. Maksudnya interaktif dalam model ini yaitu pengolahan datanya akan berlangsung secara terus-menerus hingga tuntas dan tidak ditemukan data lain.

1) 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.

2) 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.

3) 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.

4) 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.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG