

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Pada hakikatnya manusia sebagai makhluk sosial tidak pernah luput dari komunikasi dan interaksi untuk memperoleh informasi. Sejak manusia dilahirkan sudah tercipta pola komunikasi dengan tangis sebagai bentuk interaksinya. Informasi saat ini sudah menjadi kebutuhan utama setiap orang untuk mengetahui segala hal yang ada di dunia.

Komunikasi berasal dari kata “Communis” yang memiliki arti sama. Oleh karena itu, ketika terjadi proses komunikasi menandakan kita berada dalam keadaan untuk menimbulkan persamaan dalam hal sikap dengan seseorang. Dengan kata lain, proses komunikasi adalah proses menghubungi atau mengadakan perhubungan. (Rosmawati, 2010: 17)

Mengacu pada pengertian diatas, maka sudah sepatutnya komunikasi sebagai proses hubungan harus mempunyai efek. Efek yang ditimbulkan akibat terpaan pesan dapat diklasifikasikan menurut kadarnya. Antara lain efek kognitif untuk mengetahui isi pesan yang disampaikan, efek afektif untuk menimbulkan feedback dan sikap tertentu setelah terjadi proses komunikasi dan efek konatif/behavioral yang kadarnya paling tinggi yaitu berupa perubahan perilaku atau sikap komunikan setelah mendapat terpaan pesan yang disampaikan. (Sukendar, 2017:78)

Perkembangan teknologi yang kian pesat menyebabkan penyebaran informasi pun turut berubah. Dari hanya sebatas komunikasi interpersonal menjadi komunikasi massa yang dikoordinir lembaga tertentu dengan komunikan yang heterogen dan tujuan tertentu.

Terdapat lima konteks dalam komunikasi, yaitu komunikasi antarpersonal (interpersonal communication), laki-laki yang komunikasi organisasi

(organizational communication), komunikasi intrapersonal (intrapersonal communication), komunikasi kelompok (group communication), dan komunikasi massa (mass communication). (Susanto, 2010: 6-12)

Hadirnya media massa sebagai alternatif dan bentuk efektifitas dalam kegiatan komunikasi massa. Dalam media massa berarti terjadi suatu proses komunikasi massa dimana dalam prosesnya terjadi di dalam media massa baik itu cetak maupun elektronik yang dikoordinir oleh lembaga tertentu dan ditujukan kepada khalayak yang tersebar di banyak tempat, heterogen dan anonim (Mulyana, 2005:75). Menurut Little John, arti dari komunikasi massa sendiri adalah dimana organisasi media massa mentransmisikan pesan kepada masyarakat (masal) juga suatu proses bagaimana suatu informasi dicari, dipahami, digunakan dan dipengaruhi kembali oleh audien.

Televisi menjadi salah satu bentuk media massa yang paling banyak digunakan khalayak masyarakat dan masih eksis hingga kini. Hal ini terlihat dari pantauan Nielsen Television Audiens Measurement (TAM) pada tahun 2018. Pemantauan tersebut menunjukkan bahwa konsumen Indonesia menghabiskan waktu 4 jam 53 menit setiap harinya untuk menonton televisi.

Angka tersebut mengalami peningkatan ketika pandemi Covid-19 mewabah. Terhitung sampai tanggal 18 Maret 2020, Nielsen Television Audiens Measurement mencatat jumlah penonton meningkat signifikan yakni mencapai 1 juta pemirsa di setiap harinya. Durasi menonton televisi pun mengalami lonjakan hingga 13.7% dengan rata-rata masyarakat menghabiskan waktu 5 jam 29 menit.

Dalam pemahaman teoritis, media berperan menjadi elemen penyeimbang, sebagai alat transformasi realitas sosial kepada khalayak publik, juga menjadi pilar keempat sebagai pemantau kinerja pemerintah. Menurut Bernard Cohen dalam *Advanced News Gathering* karangan Bryce T. McIntyre menyebutkan peran media massa adalah sebagai pelapor. Pers melalui media massa melaporkan peristiwa diluar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka. (Tamburaka, 2013: 19)

Namun dalam realitanya, media mempunyai kemampuan untuk melakukan agenda setting. Kemampuan media untuk menyeleksi isu dan sudut pandang yang akan diberitakan kepada khalayak publik. Bernard Cohen menyatakan asumsi dasar agenda setting.

*The press is significantly more than a survey or of information and opinion. It may not be successful much of the time in telling the people what to think, but it is stunningly successful in telling reader what to think about...*(1963: 13)

*To tell what to think about* disini berarti membentuk persepsi khalayak mengenai apa yang dianggap penting oleh media terlebih dahulu. Hal ini dilakukan dengan teknik pemilihan dan penonjolan isu dan sudut pandang, media akan memberikan *cues* tentang isu yang lebih penting. (Becker, 1982: 530)

Namun, dalam proses agenda setting, hal yang tidak boleh dilupakan adalah kerangka ideologis yang harus dimiliki media di dalam proses pemberitaannya. Media massa bukan hanya menampilkan berita faktual dan aktual, lebih jauh dari itu harus ada niat praktisi media untuk mengarahkan pada nilai-nilai tanggung jawab sosial. (Tamburaka, 2013:153)

Berbicara mengenai tanggung jawab media, Louis W. Hodges membedakan tanggung jawab menjadi dua yaitu *responsibility* dan *accountability*. *Responsibility* berbicara mengenai tugas dan kewajiban moral media tentang apa yang harus dilakukan. Sedangkan *accountability* berbicara tentang siapa yang mempunyai kuasa untuk meminta atau menuntut, melalui imbalan atau ancaman sehingga media melaksanakan tugas dengan semestinya. (Tamburaka, 2013:154-155)

Mengacu pada penelitian Remotivi sebagai lembaga studi dan pemantauan media, terdapat beberapa media yang melakukan eksploitasi prinsip kebebasan demi kepentingan komersial. Media seperti itu seakan kehilangan independensi dan jati dirinya, dimana seharusnya media membingkai isu atau permasalahan secara netral tidak terealisasikan seperti semestinya.

Representasi Agenda Media dalam membingkai isu terlihat sangat jelas. Agenda politik disisipkan kedalam agenda media untuk kemudian diolah menjadi agenda publik. Ketika maraknya pemberitaan mengenai Lumpur Lapindo yang terjadi di Dusun Balongnongo, Desa Renokenongo, Kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.

Televisi sebagai media dengan eksistensi tertinggi di Indonesia mempunyai kekuatan dan kemampuan serta peran besar didalamnya yang mampu membentuk pola pikir dan hubungan sosial masyarakat. Televisi dinilai mampu membangkitkan perasaan tertentu, karena televisi diyakini dapat memenuhi kebutuhan dan selera masyarakat terhadap informasi, hiburan dan pendidikan. (Onong Uchjana, 1993: 24-29 ).

TVOne sebagai salah satu stasiun televisi nasional yang mempunyai eksistensi tinggi di masyarakat justru memberitakan bencana lumpur lapindo dengan porsi yang melebihi semestinya. Meskipun memang benar adanya dua perspektif yang menyebutkan bahwa bencana lumpur lapindo terjadi akibat dua hal. Perspektif pertama menyebutkan bencana ini diakibatkan oleh kesalahan pengeboran PT. Lapindo dan perspektif lain menyebutkan gempa Bantul 2006 sebagai penyebab utama bencana ini.

Saat itu tvOne memberitakan informasi dengan judul “Soal Semburan Lumpur di Blora Murni Peristiwa Alam”, pemberitaan lain juga diambil dengan judul “Bencana Lumpur Lapindo Mengubah Bencana Menjadi Berkah” dan judul “Bencana Lumpur Sidoarjo, Warga Terdampak Lumpur Sudah Nyaman”. Hal ini bertolak belakang dengan pemberitaan media lain. Misalnya “Menolak Lupa 13 Tahun Lumpur Lapindo” oleh CNN dan “Memperingati Lumpur Lapindo” oleh Net TV.

TvOne menggiring opini publik dengan agenda media yang dilancarkan. Meskipun tidak semua publik tergiring opininya, tetapi ada beberapa hal yang menyebabkan agenda media bisa diterima oleh publik. Efek media massa diukur dengan membandingkan dua ukuran, yaitu agenda media dan agenda masyarakat.

Agenda media akan diterima oleh publik jika dikemas dengan durasi pemberitaan yang panjang, frekuensi penonjolan isu, salience atau kekuatan dan prioritas tayangan. (Rahmat, 1998: 69)

Menurut UU No. 32 tahun 2002 Pasal 12 ayat 1 dan 2 tentang penyiaran menyebutkan tentang fakta objektif dan independensi pimpinan redaksi tanpa tekanan ketika menyiarkan suatu berita.

UU No. 32 Tahun 2002 Pasal 12 Ayat 1

*Pada saat menyajikan isu-isu kontroversial yang menyangkut kepentingan publik, lembaga penyiaran harus menyajikan berita, fakta, dan opini secara objektif dan secara berimbang.*

UU No. 32 Tahun 2002 Pasal 12 Ayat 2

*Pimpinan redaksi harus memiliki independensi untuk menyajikan berita dengan objektif, tanpa memperoleh tekanan dari pihak pimpinan, pemodal, atau pemilik lembaga penyiaran.*

Fenomena tersebut merupakan satu contoh dari banyaknya penyalahgunaan fungsi media yang ada. Hal ini menyebabkan bias informasi yang disampaikan. Selain itu hal ini berdampak pada kredibilitas sebuah informasi. Kredibilitas merupakan hal utama yang ada di sebuah berita. Terkadang wartawan melupakan hal tersebut dan mengesampingkan independensinya ditengah gempuran ideologi media tempat mereka bekerja.

Menurut Jim Hall dalam jurnal ilmiah yang berjudul Online Journalism, A Critical Primer menyebutkan bahwa kredibilitas media (media credibility) merupakan sebuah tingkat kepercayaan masyarakat yang diberikan kepada pemberitaan media. Semakin kredibel suatu pemberitaan semakin tinggi pula kepercayaan masyarakat terhadap media tersebut. Berita dinilai perlu memiliki unsur kredibilitas didalamnya seperti dipercaya (credibility), akurasi (accuracy), serta bias dan kelengkapan berita (completeness).

Setelah membaca fenomena yang ada, kemudian dipilih mahasiswa sebagai objek utama dalam penelitian. Hal ini dikarenakan, mahasiswa dinilai sebagai strata pendidikan yang paling tinggi. Lebih khusus, penelitian menjadikan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai objek penelitian.

Alasan memilih mahasiswa Ilmu Komunikasi prodi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung karena menilai mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai insan yang nantinya akan bergelut di dunia kejournalistikan dan menjadi penentu sumber Informasi yang kredibel dan terpercaya. Disamping itu, pemilihan objek penelitian didasarkan kepada Tri Dharma Perguruan Tinggi yang berbasis penelitian dan pengembangan guna menciptakan SDM yang cerdas, kreatif dalam menjalankan perannya sebagai *agent of change*.

Secara umum penelitian ini diharapkan mengembalikan jurnalisme yang semata *privilege* dan hanya milik segelintir orang menjadi jurnalisme milik semua orang. Selain itu penelitian ini diharapkan mengembalikan agenda media dari pemangku kebijakan tertentu menjadi agenda milik masyarakat.

Dari semua penelitian sebelumnya, sedikit penelitian yang mengungkapkan sejauh mana agenda setting dapat dapat dilancarkan oleh suatu media. Lebih jauh, belum ada penelitian yang membahas tentang pengaruh agenda setting di media televisi terhadap kredibilitas berita yang disampaikan kepada khalayak. Penelitian ini diharapkan dapat menemukan apakah ada hubungan langsung antara agenda setting media dan kredibilitas berita yang disampaikan. Jika ada, akan dibahas seberapa besar pengaruh tersebut

Mengacu pada fenomena yang ada, kemudian diangkat penelitian ini untuk mengkaji lebih mendalam mengenai bagaimana Pengaruh Agenda Setting Berbasis Media Televisi Terhadap Kredibilitas Berita Di Kalangan Mahasiswa (Studi Korelasi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh durasi pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne terhadap *believability*, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa?
2. Bagaimana pengaruh frekuensi pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne terhadap *believability*, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa?
3. Bagaimana pengaruh cara penyajian pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne terhadap *believability*, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh durasi pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne terhadap *believability*, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa.
2. Untuk mengetahui pengaruh frekuensi pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne terhadap *believability*, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa.
3. Untuk mengetahui pengaruh cara penyajian pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne terhadap *believability*, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian yang dilakukan, terdapat dua tinjauan yaitu kegunaan secara akademis dan juga kegunaan secara praktis:

1. **Kegunaan Akademis**

Ditinjau dari kegunaan akademis, penelitian ini diharapkan bisa memberi kontribusi ilmiah pada kajian dalam dunia pendidikan terkhusus di bidang Jurnalistik, umumnya di bidang Ilmu Komunikasi mengenai pengaruh media massa televisi terhadap individu. Penelitian ini diharapkan juga bisa menjadi referensi baru dan acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai pengaruh agenda setting terhadap kredibilitas berita.

## **2. Kegunaan Praktis**

Ditinjau dari kegunaan praktis, melalui pemaparan hasil analisis penelitian ini diharapkan dapat menjadi barometer pihak terkait sebagai bahan informasi dan menjadi bahan pengembangan guna meningkatkan kinerja mahasiswa sebagai objek penelitian dalam menjalani profesinya sebagai jurnalis. Lebih umum, dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan bisa memberikan edukasi kepada masyarakat luas mengenai kredibilitas berita dalam media. Selain itu, juga sebagai bahan pertimbangan bagi media kedepannya dalam mengambil tindakan dan kebijakan.

## **E. Kerangka Pemikiran**

### **E.1 Kerangka Teori**

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media masaa dengan tujuan tertentu untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas dan memiliki unsur komunikator, media massa, informasi, *gatekeeper*, khalayak, dan umpan balik. (Tamburaka, 2013: 15)

Wright (1959) mengemukakan Komunikasi massa dan tiga ciri antara lain komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonim. Pesan dalam komunikasi massa disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai banyak audiens secara bersamaan dengan sifat yang sementara. Komunikator cenderung berada dalam sebuah organisasi kompleks dan membutuhkan biaya yang besar. (Severin, dkk, 2009: 4)

Penelitian ini menggunakan Teori New Media dari Marshall McLuhan dan Denis McQuail sebagai *grand theory*. Pada teori ini McLuhan mengemukakan



media mempengaruhi khalayak terlepas dari apa yang menjadi tontonan dan bacaan. Media bisa mengubah selera masyarakat dalam hal apapun. Dari gagasan inilah lahir teori new media yang diaplikasikan dalam bentuk teknologi komunikasi bernama “internet” (Littlejohn, 2009: 410).

Sedangkan untuk *middle theory* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pengaruh hirarki media. Teori ini diperkenalkan oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese mengemukakan asumsi dasar teori ini, yang menjelaskan mengenai pengaruh terhadap isi media oleh pengaruh internal maupun eksternal. Shoemaker dan Reese membagi kepada beberapa level pengaruh isi media. Yaitu pengaruh dari individu pekerja media (individual level), pengaruh organisasi media (organizational level), pengaruh dari luar media (outside media level), pengaruh rutinitas media (media routines), dan pengaruh ideologi (ideology level). (Shoemaker dan Reese, 1996: 60)

Teori Komunikasi yang menjadi kerangka sekaligus menjadi *apply theory* dalam proses penelitian ini adalah Teori Agenda Setting. Teori ini dibentuk oleh Maxwell McCombs dan Donal Shaw pada tahun 1972. Teori ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan Walter Lippmann pada tahun 1922. Teori Agenda Setting ini berasumsi bahwa apa yang dianggap penting media dianggap penting juga oleh khalayak. Dalam konstruksi sosial, media mempunyai kemampuan untuk memindahkan hal penting agenda berita untuk dibentuk menjadi agenda publik. Hal ini membuktikan terdapat korelasi dan signifikan kuat antara apa yang diagendakan media dan apa yang menjadi agenda publik. (Tamburaka, 2013: 22)

Fokus teori ini lebih kepada pengaruh media massa dalam menentukan agenda publik akan suatu masalah. Media massa dengan pengaruhnya dirasa perlu memiliki kredibilitas pemberitaan yang relevan. Agenda media yang disisipkan akan mempengaruhi nilai kredibilitas pemberitaan ini. Oleh sebab itu, teori ini cocok dan relevan untuk diaplikasikan di penelitian ini karena akan meneliti pengaruh agenda setting media terhadap kredibilitas berita lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

## E.2 Kerangka Konseptual

### 1) Agenda Media

Agenda adalah tema yang diangkat atau dibicarakan (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Agenda media adalah topik permasalahan yang akan diangkat kedalam untuk kemudian disiarkan melalui media massa kepada khalayak ramai. Pengaruh agenda media terhadap individu dapat diukur melalui tiga indikator yaitu panjang berita, penonjolan, dan konflik.

### 2) Kredibilitas Berita

Kredibilitas adalah suatu kondisi yang menjelaskan tingkat kepercayaan terhadap sesuatu (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Media sebagai kontrol sosial dirasa perlu memiliki sifat kredibilitas dalam pemberitaan yang dilakukan. Dewan pers mengartikan kredibilitas media adalah media yang mampu memikul kepercayaan dan dapat dipercaya (*media trust*).

Dalam *Perceptions of Information Credibility*, Flanagin dan Metzger (2000) memakai konsep dengan sifat multidimensional untuk mengukur sifat kredibilitas suatu berita yaitu dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*) dan bias atau kelengkapan berita (*completeness*).



## F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara pada rumusan masalah penelitian yang perlu diuji. Hipotesis juga disebut sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah pada penelitian bukan merupakan jawaban empiris. Dianggap sementara karena jawaban masih didasarkan teori yang relevan, belum pada fakta empiris di lapangan. (Darmawan, 2016: 120)

Mengacu pada latar belakang masalah dan perumusan masalah diatas, hipotesis atau dugaan sementara penelitian yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- H<sub>01</sub> : Tidak ada pengaruh durasi pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne terhadap believability, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa.
- H<sub>a1</sub> : Ada pengaruh durasi pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne terhadap believability, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa.
- H<sub>02</sub> : Tidak ada pengaruh frekuensi pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi TV One terhadap believability, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa.
- H<sub>a2</sub> : Ada pengaruh frekuensi pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne terhadap believability, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa.
- H<sub>03</sub> : Tidak ada pengaruh konflik atau cara penyajian pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne terhadap believability, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa.
- H<sub>a3</sub> : Ada pengaruh konflik atau cara penyajian pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne terhadap believability, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa.

## **G. Langkah Penelitian**

### **G.1 Lokasi Penelitian**

Dalam menentukan lokasi penelitian, mengacu pada objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Prodi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2018 yang berjumlah 202 orang dengan sampel 37 orang. Oleh sebab itu, maka lokasi yang ditentukan dalam penelitian adalah Kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang berlokasi di Jalan A. H Nasution Nomor 105 Kecamatan Cibiru Kota Bandung, Kode Pos 40614.

### **G.2 Paradigma dan Pendekatan**

Paradigma dan pendekatan dalam penelitian ini menggunakan paradigma sains berperilaku kuantitatif. Paradigma ini menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel dengan menggunakan prosedur statistika dan pendekatan deduktif untuk menguji hipotesis. Paradigma kuantitatif atau positivistik ini diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan korelasional atau kausalitas hubungan antar variabel yang diteliti.

Penelitian terdiri atas satu variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah agenda setting berbasis media televisi. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kredibilitas berita di kalangan mahasiswa. Pendekatan kuantitatif ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh agenda setting berbasis media televisi terhadap kredibilitas berita di kalangan mahasiswa.

### **G.3 Metodologi Penelitian**

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Dalam metode survei, digunakan angket sebagai alat penelitian utama yang disebarkan kepada populasi besar ataupun kecil. Namun, data yang dikaji adalah data yang didapat dari sampel yang diambil dari populasi datang sudah ditentukan sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusikan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. (Sugiyono, 2013: 11)

Metode survei memiliki tujuan untuk memberikan gambaran secara mendetail mengenai suatu kasus. Metode ini dirasa tepat dalam penelitian ini karena akan membantu penelitian dalam mengumpulkan data tentang pengaruh Agenda Setting media terhadap kredibilitas berita di kalangan mahasiswa dengan menggunakan kuisioner atau angket sebagai data.

Tidak seperti metode eksperimental, metode survei tidak harus mengendalikan salah satu variabel untuk mengetahui pengaruh atas variabel lainnya. Dalam penelitian ini, hanya mengumpulkan responden atau sampel, memberikan sejumlah pertanyaan terkait penelitian, menghimpun data, menyusun secara sistematis, faktual dan cermat, membandingkan jawaban sampel untuk mengetahui hasil penelitian, menguji hipotesis dan menjelaskan hubungan diantara dua variabel.

#### **G.4 Jenis Data dan Sumber Data**

##### **a. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dimana merupakan sebuah pendekatan yang menggunakan metode statistik sebagai alat analisis data dalam susunan berupa angka atau disebut data kuantitatif. (Ulber, 2009: 332)

Data yang akan diidentifikasi adalah sebagai berikut:

- 1) Mengukur bagaimana pengaruh durasi pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne terhadap *believability*, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa.
- 2) Mengukur bagaimana pengaruh frekuensi pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne terhadap *believability*, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa.
- 3) Mengukur bagaimana pengaruh penyajian pemberitaan lumpur lapindo di stasiun televisi tvOne terhadap *believability*, akurasi dan bias informasi berita di kalangan mahasiswa.

## b. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder

### 1) Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh dari sumber peetama melalui wawancara dan hasil pengisian kuisioner kepada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2018 yang berjumlah 37 orang sebagai sampel dari total pupulasi sebanyak 202 orang.

### 2) Data sekunder

Sumber data sekunder adalah data penunjang dalam proses penelitian. Sumber data sekunder didapatkan dari dokumen-dokumen seperti buku referensi, penelitian serupa, situs internet, dan sumber lain yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang diteliti.

## G.5 Populasi dan Sampel

Dalam penentuan sampel, digunakan teknik probability sampling menggunakan metode *disproporsional stratified sampling* yang merupakan teknik sampel ditentukan pengambilan sampel berdasarkan strata dan tingkatan yang memiliki karakteristik sendiri. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2018 yang berjumlah 202 orang dengan tingkatan dan strata yang dibuat berdasarkan frekuensi menonton pemberitaan di TV One dan frekuensi menonton berita Lumpur Lapindo.

Dalam penelitian ini, strata yang ditentukan peneliti berdasarkan frekuensi menonton pemberitaan televisi, dengan masing-masing tingkatan adalah 1-3 kali dalam satu minggu, dan 4-7 kali dalam satu minggu. Karena menggunakan disproporsiona sampling, maka tidak ada ketentuan khusus berapa jumlah sampel pada setiap strata atau tingkatan.

Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan ketentuan rumus Slovin (Sevilla et Al, 1960: 182) sebagai berikut:

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

$$n = \frac{202}{1 + 202 \times 0,15^2} = 36,4 = 37$$

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

E : Batas toleransi kesalahan yaitu sebesar 15% = (0,15)

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 37 responden.

#### **G.6 Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan penelitian adalah sebagai berikut:

##### 1) Angket atau Kuisisioner

Teknik pengumpulan angket atau kuisisioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam bentuk pertanyaan yang ditujukan kepada objek penelitian yang berkaitan dengan masalah yang tengah diteliti. Angket yang diberikan kepada responden berupa angket tertutup, dikarenakan bentuk angket tertutup akan mempermudah penulis dalam menganalisis data yang di dapat dari responden.

##### 2) Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan cara mendalami literatur melalui skripsi dan penelitian sebelumnya, jurnal, buku dan situs internet relevan dengan penelitian yang diangkat mengenai teori agenda setting, kredibilitas media, dan lain sebagainya.

#### **G.7 Validitas dan Reliabilitas**

##### 1) Validitas



Validitas merupakan pengujian yang bertujuan mengetahui ukuran instrumen kuisisioner terhadap konsep atau konstruk yang harus diukur (Suryadi & Darmawan, 2019: 186). Validitas terdiri dari tiga jenis yaitu Validitas isi yang menunjukkan pokok pada alat ukur mewakili variabel yang diukur.

Dalam uji Validitas, dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi antara skor butir instrumen dengan total instrumen menggunakan rumus *Pearson product coefficient correlation* oleh Karl Pearson yang mengacu pada teori Sir Francis Galton.

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

R : Koefisien korelasi antara x dan y

N : banyaknya nilai

X : nilai x

Y : nilai y

Berdasarkan hasil perhitungan, dapat dikatakan korelasi antara variabel x dan y sangat kuat apabila nilai  $r < 0.8$  sampai 1.

## 2) Reliabilitas

Reliabilitas artinya bersifat dapat dipercaya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas apabila dipergunakan berkali-kali oleh penelitian yang sama dan tetap memberikan hasil yang sama (Forcese dan Richer, 1973:71). Reliabilitas mempunyai makna stabilitas (tidak berubah-ubah), konsisten (ajeg) dan dependabilitas (dapat diandalkan).

Terdapat tiga cara untuk menentukan reliabilitas yaitu antaruji, antarbutir dan antarnilai. Reliabilitas terdiri dari dua macam yaitu Reliabilitas konsistensi yang mengkaji konsistensi tanggapan responden dan reliabilitas konsistensi gabungan butir yang mengkaji mengenai

bagaimana butir pertanyaan satu dan yang lainnya bekerja dengan baik tanpa kontradiksi. (Matondang, 2014)

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji alpha cronbach dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( \frac{s_r^2 - \sum s_t^2}{s_x^2} \right)$$

Keterangan :

A : koefisien reliabilitas Alpha Cronbach

K : jumlah item pertanyaan yang diuji

$s_t^2$  : jumlah varian skor item

$s_x^2$  : varian skor-skor tes (seluruh item K)

Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai koefisien alfa > 0,60

## G.8 Teknik Analisis Data

Dalam mengambil kesimpulan pada penelitian, dibutuhkan Langkah-langkah dalam pengolahan data untuk menganalisis penelitian. Langkah yang diambil dalam hal ini adalah sebagai berikut:

### 1) Seleksi data

Dalam tahapan ini seluruh angket yang sudah disebar dikumpulkan dengan kriteria yang sudah terpenuhi. Pastikan angket tidak rusak atau hilang. Jika seluruh angket sudah terpenuhi dengan kriteria yang ada, maka dapat dimulai proses analisis pada angket.

#### a) Analisis data

Setelah melalui uji validitas dan reliabilitas, dihimpun dan dikumpulkan hasil penelitian untuk menganalisa tingkat akhir dengan beberapa tahapan, antara lain:

a) Analisis Tabulasi Sederhana

Pada tahapan analisis data ini, seluruh data yang diperoleh diolah dalam bentuk persentase dengan rumus sebagai berikut:

$$p = \frac{f}{n} \times 100$$

Keterangan :

P : bilangan persentase yang dicari

F: frekuensi jawaban

N : Jumlah responden

*Tabel 1 Standar Klasifikasi Analisa Data*

<b>Persentase</b>	<b>Keterangan</b>
0%	Tidak ada sama sekali
1-9%	Sedikit sekali
10-39%	Sebagian sekali
40-49%	Hampir setengahnya
50%	Setengahnya
51-59%	Lebih dari setengahnya
60-89%	Sebagian besar
90-99%	Hampir seluruhnya
100%	seluruhnya

b) Dalam menentukan nilai pada kuisisioner, digunakan skala likert dimana setiap item yang tercantum dalam kuisisioner merupakan pertanyaan yang memiliki 5 pilihan dengan masing-masing memiliki poin yang berbeda di setiap jawabannya.

- |                    |              |
|--------------------|--------------|
| 1) “sangat setuju” | bernilai = 5 |
| 2) “setuju”        | bernilai = 4 |
| 3) “ragu-ragu”     | bernilai = 3 |

- 4) “tidak setuju” bernilai = 2  
 5) “sangat tidak setuju” bernilai = 1

- c) Setiap nilai dikalikan jumlah pertanyaan, kemudian dikalikan dengan jumlah responden  
 d) Melihat dan menelaah hasil analisis korelasi untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antar masing-masing variabel dalam penelitian dengan menggunakan rumus *korelasi product moment*.

**2) Jika dalam penelitian salah satu variabel berkontribusi secara tidak normal, maka digunakan rumus rank sebagai berikut:**

$$\rho = 1 - (\sigma \sum b) / (n(n^2 - 1))$$

Keterangan :

$\rho$  : nilai korelasi rankkospearman

b : jumlah kuadrat selisih ranking variabel x dan y atau  $R_X - R_Y$

n : jumlah sampel

**3) Menafsirkan koefisien dengan kriteria sebagai berikut:**

Antara 0,80 sampai dengan 1,000 : sangat kuat

Antara 0,60 sampai dengan 0,799 : kuat

Antara 0,40 sampai dengan 0,599 : sedang

Antara 0,20 sampai dengan 0,399 : rendah

Antara 0,00 sampai dengan 0,199 : sangat rendah

**4) Melakukan uji hipotesis dengan langkah berikut:**

Menghitung t hitung dengan rumus

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Menentukan tabel pada taraf signifikan 5%

**5) Menentukan ada atau tidaknya korelasi dengan rumus berikut:**

$$K = \sqrt{1 - r^2}$$

Keterangan:

K = Tidak adanya korelasi

1 = Angka konstan

r = koefisien korelasi yang dicari

Kemudian dilanjutkan dengan rumus :

$$E = 100 (1 - K)$$

Keterangan :

K = Dengan tidak adanya korelasi

E = Indeks prestasi ramalan/indeks konstan

1 = Bilangan konstan

#### **H. Operasional Variabel**

Menurut Koentjaraningrat, operasional adalah suatu definisi yang didasarkan terhadap karakteristik yang dapat diobservasi. Dengan kata lain, mengubah konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan dapat diuji dan ditentukan kebenarannya. (Koentjaraningrat, 1991:23)



Tabel 2 Operasional Variabel

Jenis Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<b>Variabel X</b> Agenda Media Berbasis Televisi (Becker, McCombs dan Meleod, D.George, Winter)	<b>X1</b>	Durasi berita	Likert
	Panjang berita		
	<b>X2</b>	Frekuensi penonjolan isu dalam berita di televisi dalam satu hari	
Penonjolan / frekuensi			
<b>X3</b>	4. Kesesuaian dengan kode etik	5. Independen dalam memberitakan informasi	
Konflik/ penyajian informasi			
<b>Variabel Y</b> Kredibilitas Berita di kalangan Mahasiswa (Flanagin dan Metzger, 2000:516)	Kepercayaan	1. Penyajian fakta dalam pemberitaan	Likert
		2. Penyajian berita yang netral	
		3. Kepuasan pada isi berita	
Akurasi	6. Kesesuaian judul dan isi	7. Ketepatan penggunaan ejaan dan tanda baca	
	8. Sumber rujukan yang jelas		
	9. Kedalaman informasi		
Bias atau kelengkapan	10. Kelengkapan unsur berita (5W+1H)	11. Objektivitas berita	
	12. Kemudahan memahami informasi		