

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kredibilitas merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan dalam penyajian berita, khususnya pada media *online* yang kini menjadi salah satu pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Dalam proses pemberitaannya, media *online* tetap berpegang pada prinsip-prinsip jurnalistik sebagaimana yang berlaku pada media massa lainnya.

Pada saat ini, banyaknya masyarakat yang memilih berita *online* dibandingkan dengan media cetak karena lebih praktis dan ekonomis. Informasi yang mudah didapatkan dan bisa diakses di mana saja atau kapanpun dengan hanya bermodalkan internet. Berita yang disajikan pula merupakan berita yang hangat dan sedang terjadi di masyarakat berbeda dengan media cetak yang hanya bisa dibaca minimal sehari setelah peristiwa terjadi.

Selain itu, Kehadiran media baru berbasis internet mempermudah manusia dalam berkomunikasi. Akses komunikasi melalui ponsel maupun komputer telah menjadi bagian dari perkembangan media baru dalam dunia jurnalistik. Di era sekarang, masyarakat tidak hanya menginginkan berita yang aktual, akurat, dan menarik, tetapi juga mengutamakan kecepatan penyampaian informasi. Kebutuhan tersebut saat ini banyak dipenuhi oleh media massa berbasis *online*. Media *online* merupakan media dalam jaringan, seperti website, blog, media sosial, dan lainnya yang muncul pada media online sehingga dapat diakses dan dilihat di internet.

Menurut Yunus dalam Octavia (2024:3) media *online* yang menjadi media baru di bidang jurnalistik Indonesia, dari beberapa sumber mengatakan bahwa media daring di Indonesia sudah ada dari tahun 1994.

Media online merupakan jenis media yang beroperasi melalui jaringan internet dan memanfaatkan teknologi informasi, dengan akses yang dapat dilakukan menggunakan perangkat seperti ponsel atau komputer. Menurut beberapa pakar media *online* menggunkan gabungan antara media cetak dan penulisan informasi dan disajikan pada media elektronik. Hal ini juga memiliki kaitan dengan komunikasi personal yang bersifat individual. Selain itu, media ini erat hubungannya dengan unsur aktualitas dan akurasi, yang menjadi bagian penting dalam menentukan kredibilitas sebuah berita.

Dengan perkembangan zaman saat ini, banyak masyarakat beralih memilih media *online* karena mengutamakan kecepatan berita dibandingkan ketepatan berita. Salah satu keunggulan utama media online terletak pada kecepatannya dalam menyampaikan informasi dan aktualitas, yang di mana pembaca tidak menunggu lama agar dapat melihat berita terbaru. Bahkan hanya dengan ponsel dan koneksi internet saja, sudah bisa mengakses internet dengan cepat.

Terlalu aktualnya dan cepatnya sebuah berita rilis, hal itu membuat informasi terkadang kurang akurat, kurang di aspek ke dalaman informasi, bahkan tidak melalui proses verifikasi terhadap isi berita. Akurasi pada suatu berita yang dibuat oleh pembuat berita adalah citra dari media yang mempublikasikan tersebut. Kredibilitas yang merupakan sebuah komponen utama dalam media massa ini, kadang wartawan melupakannya demi mengejar akutalitas. Kecepatan juga yang

sering diutamakan oleh para wartawan sehingga dijadikan hal yang penting, sedangkan sebuah kredibilitas dari sebuah berita dinomorduakan. Media *online* yang mengharuskan wartawan untuk memberikan informasi dengan cepat agar tidak kalah saing dengan keaktualan berita media online lainnya.

Media *online* saat ini banyak diminati dan dipilih oleh khalayak menjadi sumber informasi yang layak dibaca. Salah satu contohnya adalah media sosial, di mana Instagram menjadi salah satu platform yang paling diminati. Berkat kekuatan visual serta interaktivitasnya, Instagram berkembang menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan berita, opini, serta berbagai informasi.

Namun, saat ini banyak berita yang dapat dipublikasikan tanpa adanya konfirmasi atau cek dan ricek dengan benar yang menjadikan para pembaca mendapatkan berita yang salah atau hoax. Banyaknya berita hoax menjadikan kekurangan bagi semua kalangan dan menjadikan kita untuk sadar dan memahami bagaimana pentingnya upaya untuk meredam berita hoax. Menurut Manika (2018) peran pers dan kejujurannya diperlukan untuk meredam berita hoax di kalangan masyarakat.

Pemberitaan saat ini yang ada bisa dikatakan kurangnya kredibilitas berita khususnya pada media sosial. Hal ini ada karena dugaan pemenuhan kebutuhan kepada Masyarakat tentang kecepatan pemberitaan, sehingga pembuat berita di media sosial beranggapan bahwa kecepatan dalam penyampaian berita menjadi aspek paling penting di media sosial. Hal tersebut membuat para pembuat berita ini justru mengabaikan kredibilitas dan kualitas sebuah berita.

Selain itu, Minimnya rasa tanggung jawab penulis berita terhadap konten yang dihasilkan sebagai karya jurnalistik menjadi masalah yang perlu diperbaiki. Etika jurnalistik perlu kembali ditegakkan, di mana jurnalis tidak diperkenankan mencampurkan opini pribadi ke dalam berita karena dapat mengaburkan fakta dan menyesatkan masyarakat. Oleh sebab itu, proses peliputan, penulisan, hingga verifikasi informasi harus dilakukan secara teliti sebelum berita dipublikasikan.

Dalam munculnya media *online* seperti media sosial pada bidang jurnalistik, membuat banyaknya keuntungan yang diberikan kepada media. Seperti media dapat memberitakan berita secara terkini, disajikan secara langsung, dan mudah diakses. Menurut Santana (2005) media mampu tetap *up to date* karena dapat memperbarui informasi secara berkala. Secara real time, media dapat menyajikan berita dengan cepat tepat pada saat peristiwa berlangsung. Sifatnya yang praktis membuat media online dapat diakses kapan saja dan di mana saja selama tersedia koneksi internet

Nurkinan (2017) menjelaskan bahwa kehadiran media sosial mendorong banyak media untuk menerbitkan surat kabar maupun majalah dalam format digital sehingga lebih mudah diakses. Melalui penyajian visual yang cukup diunggah ke internet, masyarakat di berbagai belahan dunia dapat terhubung dan mengaksesnya dengan bantuan jaringan internet untuk mengunduh media tersebut.

Seperti apa yang diungkapkan oleh Nurkinan (2017) bahwa dari segi pembaca pun media sosial banyak digemari oleh kalangan muda, generasi muda banyak menggemari media sosial karena terlihat lebih modern Menurut Dari segi pembaca pun media sosial banyak digemari oleh kalangan muda, generasi muda

banyak menggemari media sosial karena terlihat lebih modern. Sedangkan generasi tua masih tetap menggunakan media cetak, tetapi meski demikian seluruh media kini mengharuskan cetak beralih ke media online ataupun media sosial. dengan begitu media dapat mengikuti perkembangan zaman dan dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi seluruh kalangan dan generasi di masyarakat.

Fenomena tersebut menuntut pembaca untuk cermat dalam memilih dan menyaring informasi yang beredar, menentukan berita yang layak dijadikan referensi pengetahuan dalam kehidupan. Hal ini penting karena manusia pada dasarnya membutuhkan informasi yang jelas dan pasti. Shihab dalam Wahyuni (2021) menegaskan bahwa agama juga perlu mendapat perhatian khusus sebagai pedoman dalam menentukan arah kehidupan yang baik.

Media massa yang berfokus sebagai penyampai informasi perlu memastikan bahwa setiap berita yang disajikan memiliki kredibilitas. Kredibilitas berita berarti informasi tersebut dapat dipercaya serta dapat dipertanggungjawabkan secara hukum apabila terjadi kekeliruan. Dalam bukunya *Perceptions of Internet Information Credibility*, Flanagin dan Metzger (2000) menjelaskan bahwa media konvensional melakukan konfirmasi dan pengecekan berulang sebelum dipublikasikan, tetapi hal tersebut tidak dilakukan pada *media online* ataupun media sosial sehingga kredibilitasnya masih diragukan.

Kang (2010) menyatakan bahwa dengan munculnya media baru beserta audiensnya, diperlukan penyesuaian konsep kredibilitas agar selaras dengan kebutuhan, motif komunikasi, dan fungsi media baru yang digunakan. Ketidakakuratan informasi dalam pemberitaan sering kali menimbulkan keraguan.

Salwen, Garrison, dan Driscoll (2005) menjelaskan bahwa kredibilitas media *online* dibangun melalui tiga dimensi utama, yaitu kepercayaan (*trustworthiness*), kekinian (*currency*), dan ketidakberpihakan (*bias*). Schweiger, sebagaimana dikutip oleh Salwen, Garrison, dan Driscoll (2005), menegaskan bahwa kredibilitas merupakan faktor penting dalam menentukan pilihan konten atau informasi di tengah banyaknya peristiwa yang terjadi. Kredibilitas media tidak hanya diukur dari isi beritanya, tetapi juga dari cara media tersebut menyampaikan informasi yang akurat dan terkini

Secara umum, kredibilitas dapat diartikan sebagai tingkat kepercayaan masyarakat terhadap suatu objek. Dalam konteks penelitian ini, objek yang dimaksud adalah media massa yang dijadikan rujukan atau sumber informasi (Salwen, Garrison, & Driscoll, 2005). Sejalan dengan itu, Hoerunnisa, Muchtar, & Suryana (2020) menjelaskan bahwa kredibilitas media merupakan tolok ukur tingkat kepercayaan publik terhadap sebuah media, di mana semakin besar kepercayaan publik, semakin tinggi pula kredibilitas media tersebut.

Folkative menjadi salah satu media yang saat ini banyak digemari, terutama di kalangan anak muda. Media ini merupakan media alternatif berbasis di media sosial Instagram dengan nama pengguna *@folkative*. Di Instagram, Folkative merupakan media informasi yang menyajikan berita dengan format ringkas, cepat dan aktual. Hal tersebut membuat banyak anak muda menjadikannya sumber rujukan dalam memperoleh informasi. Oleh karena itu, penting untuk meninjau sejauh mana kredibilitas Folkative sebagai media informasi.

Melihat bahwa mayoritas audiens berasal dari kalangan muda, peneliti memutuskan menjadikan mahasiswa sebagai subjek penelitian. Mahasiswa termasuk bagian dari generasi muda yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2021 sebagai objek utama.

Pemilihan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2021 sebagai objek penelitian didasari oleh karakter mereka yang kritis terhadap berbagai persoalan dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Mahasiswa program studi ini menjadi sasaran penelitian karena media online saat ini berperan penting sebagai sumber informasi yang cepat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Selain itu, sebagai calon profesional yang akan berkecimpung di dunia jurnalistik, mereka turut berperan dalam menentukan arah perkembangan media serta menetapkan standar sumber informasi yang dapat dipercaya di masa mendatang.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana penilaian mahasiswa terhadap kredibilitas akun Instagram @Folkative sebagai sumber informasi yang dianggap terpercaya. Pada era digital saat ini, berita palsu dan informasi yang tidak akurat sering kali tersebar luas melalui berbagai platform *online*, sehingga kredibilitas media dan beritanya menjadi isu yang sangat krusial. Dengan mengevaluasi pandangan mahasiswa, penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mereka terhadap kredibilitas suatu media.

## 1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Fokus penelitian yang digunakan oleh peneliti sejalan dengan pemaparan latar belakang yaitu “*Bagaimana pandangan mahasiswa jurnalistik mengenai kredibilitas akun Instagram @folkative sebagai media informasi*”. Penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana kepercayaan mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2021 UIN SGD Bandung tentang akun Instagram @folkative sebagai media informasi?
- 2) Bagaimana pandangan mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2021 UIN SGD Bandung tentang kekinian berita di akun Instagram @folkative sebagai media informasi?
- 3) Bagaimana pandangan mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2021 UIN SGD Bandung tentang tidak bias di akun Instagram @folkative sebagai media informasi?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dengan berlandaskan pada pertanyaan penelitian di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- 1) Untuk memahami pandangan dari mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2021 UIN SGD Bandung mengenai kepercayaan di akun Instagram @folkative sebagai media informasi.
- 2) Untuk memahami pandangan dari mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2021 UIN SGD Bandung mengenai berita kekinian di akun Instagram @folkative sebagai media informasi.

- 3) Untuk memahami pandangan dari mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2021 UIN SGD Bandung mengenai tidak bias di akun Instagram *@folkative* sebagai media informasi.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Informasi dari hasil penelitian ini, diharapkan berguna bagi akun-akun Instagram yang menyebarkan informasi dan berita agar mengetahui sejauh mana kredibilitas pada akurasi pemberitaannya serta medianya. Lebih rinci lagi penelitian ini bisa memberikan kegunaan dalam penelitian ini meliputi kegunaan penelitian secara akademis dan secara praktis.

##### **1.4.1 Secara Akademis**

Hal ini diharapkan mampu memberikan sumbangan ilmu yang bermanfaat secara akademis, terutama dalam bidang pendidikan dan khususnya di ranah jurnalistik. Tidak hanya itu, hasil penelitian ini juga dimaksudkan menjadi sumber referensi serta landasan bagi penelitian-penelitian berikutnya yang membahas topik serupa mengenai kredibilitas media.

##### **1.4.2 Secara Praktis**

Hasil dari penelitian ini ditujukan dapat memberikan manfaat bagi akun Instagram *@folkative*, khususnya dalam hal peningkatan kredibilitas. Selain itu, temuan dari penelitian ini juga diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam mengembangkan kemampuan mereka saat menjalani profesi sebagai jurnalis.

### 1.5 Hasil Penelitian yang Relevan

**Pertama**, Shania Nur Afni Octavia (2024) dalam penelitiannya berjudul *Kredibilitas Media Online Detik.com pada Pemberitaan Covid-19* menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini mengkaji kredibilitas media online Detik.com selama pandemi Covid-19 dan menyimpulkan bahwa Detik.com merupakan media online yang kredibel pada masa tersebut. Persamaan dengan penelitian ini adalah keduanya menggunakan teori yang sama, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

**Kedua**, Muhammad Asraf Fathin Ariadi (2023) dalam studi berjudul *Penggunaan Instagram Folkative sebagai Media Informasi* bertujuan untuk mengetahui pengaruh akun Instagram Folkative sebagai sumber informasi. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif deskriptif interpretatif. Hasilnya menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi melalui Instagram, termasuk akun Folkative, memiliki dampak signifikan dalam dunia media sosial dan era digitalisasi saat ini. Persamaan dengan penelitian ini adalah keduanya meneliti objek yang sama, namun berbeda dalam teori yang digunakan.

**Ketiga**, Laura Hilmi (2018) melakukan penelitian berjudul *Kredibilitas Surat Kabar Harian Umum Pikiran Rakyat dalam Pandangan Mahasiswa* dengan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini menilai kredibilitas surat kabar Pikiran Rakyat sebagai media cetak yang terpercaya di wilayah Jawa Barat. Persamaan dengan penelitian ini adalah penggunaan teori yang sama, sementara perbedaannya pada objek penelitian.

**Keempat**, Hikmah Ramadani (2020) meneliti *Kredibilitas Editor Program Berita Stasiun TVRI DKI Jakarta dan Banten* menggunakan metode kualitatif deskriptif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan dan keterampilan editor dalam mengelola berita sesuai standar menghasilkan kredibilitas yang baik pada program berita TVRI. Selain itu, kemampuan kerjasama antara editor dan wartawan juga menjadi faktor penting. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada teori yang digunakan, sedangkan perbedaan ada pada objek penelitiannya.

**Kelima**, Loisari Hoerunnisa (2019) dalam penelitian *Kredibilitas Media Online dalam Pandangan Mahasiswa* menggunakan metode kuantitatif pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2016 UIN SGD Bandung. Penelitian ini juga berlandaskan teori kredibilitas media online dan menemukan bahwa media Detik.com dinilai memiliki kredibilitas yang cukup baik menurut mahasiswa. Persamaan dengan penelitian ini adalah teori yang dipakai sama, namun berbeda pada objek penelitian.



Table 1.1 (Tabel Penelitian yang Relevan)

| Penelitian yang Relevan |                              |                                                                                                                                                                     |                               |                                                                                  |                                                                                  |                                                                                                                                   |
|-------------------------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| No                      | Nama                         | Judul Penelitian                                                                                                                                                    | Paradigma & Metode            | Hasil Penelitian                                                                 | Persamaan                                                                        | Perbedaan                                                                                                                         |
| 1                       | Shania Nur Afni Octavia      | Kredibilitas Media Daring Detik.com pada Pemberitaan Covid-19: Penelitian Kualitatif Pandangan Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2017 UIN Sunan Gunung Djati (Skripsi) | Kualitatif – Studi Deskriptif | Detik.com dinilai sebagai media online yang kredibel dalam pemberitaan Covid-19. | Sama-sama menggunakan teori kredibilitas media dan metode kualitatif deskriptif. | Objek penelitian berupa portal berita online (Detik.com) dan angkatan berbeda, sedangkan penelitian Anda meneliti akun Instagram. |
| 2                       | Muhammad Asraf Fathin Ariadi | Penggunaan Instagram Folkative Sebagai Media Informasi (Skripsi)                                                                                                    | Kualitatif – Studi Deskriptif | Folkative dipandang sebagai media informasi yang berpengaruh di era digital.     | Sama-sama membahas akun Instagram Folkative sebagai objek penelitian.            | Perbedaan pada teori yang digunakan, meskipun objek penelitiannya sama.                                                           |

|   |                 |                                                                                                                                                                                                         |                               |                                                                                                                         |                                                                           |                                                                                     |
|---|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 3 | Laura Hilmi     | Kredibilitas Surat Kabar Harian Umum Pikiran Rakyat dalam Pandangan Mahasiswa (Penelitian Kualitatif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik Angkatan 2015 UIN Sunan Gunung Djati Bandung) (Skripsi) | Kualitatif – Studi Deskriptif | Pikiran Rakyat dipandang sebagai surat kabar yang kredibel di tingkat Jawa Barat.                                       | Sama-sama menggunakan teori kredibilitas media dan pendekatan kualitatif. | Objek penelitian berupa media cetak (koran), bukan media digital atau media sosial. |
| 4 | Hikmah Ramadani | Kredibilitas Editor Program Berita Stasiun TVRI DKI Jakarta dan Banten (Skripsi)                                                                                                                        | Kualitatif – Studi Deskriptif | Editor berita TVRI memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kedisiplinan tinggi yang menunjang kredibilitas pemberitaan. | Sama dalam pendekatan teoritis (kredibilitas), meskipun media berbeda.    | Objek penelitian berupa program televisi, bukan akun media sosial.                  |

|   |                   |                                                                                                                                                                 |                                |                                                                    |                                                                          |                                                                                                                                   |
|---|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5 | Loisari Hoerunisa | Kredibilitas Media Online dalam Pandangan Mahasiswa (Penelitian Kuantitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik Angkatan 2016 UIN SGD Bandung) (Skripsi) | Kuantitatif – Studi Deskriptif | Detik.com dianggap cukup kredibel oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi . | Sama-sama menggunakan teori kredibilitas dan melihat persepsi mahasiswa. | Objek penelitian berupa portal berita online (Detik.com) dan angkatan berbeda, sedangkan penelitian Anda meneliti akun Instagram. |
|---|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 1.6 Landasan Pemikiran

### 1.6.1 Landasan Teoritis

Menurut Salwen, Garrison, dan Driscoll (2005), kredibilitas secara umum adalah kemampuan untuk memotivasi dan menumbuhkan rasa percaya dari pembaca. Sesuatu yang dianggap kredibel adalah hal yang dapat dijadikan alasan yang bisa dibuktikan dan dipercaya sebagai sesuatu yang mungkin terjadi. Secara khusus, kredibilitas diartikan sebagai tingkat kepercayaan pembaca terhadap sebuah berita, sehingga sebuah media dikatakan kredibel jika pembaca mempercayai informasi yang disampaikan.

Penelitian ini menggunakan teori kredibilitas media dari Salwen, Garrison, dan Driscoll (2005) sebagai landasan, yang berlaku untuk menilai kredibilitas baik pada media cetak maupun media daring. Teori tersebut menekankan tiga aspek utama, yaitu kepercayaan (*trustworthiness*), kekinian (*currency*), dan ketidakberpihakan (bias). Dimensi kredibilitas pada media online tercermin dalam

ketiga aspek tersebut, mencakup unsur seperti dapat dipercaya (*trustworthy*), meyakinkan (*believable*), seimbang (*balanced*), menyajikan seluruh cerita (report the whole story), adil (*fair*), akurat (*accurate*), tepat waktu (*timely*), terbaru (*current, up to date*), serta bebas dari bias dan objektif.

Dalam penelitian tentang pandangan mahasiswa terhadap kredibilitas media *online*, konsep kredibilitas media *online* menjadi hal yang sangat penting karena berperan sebagai faktor utama dalam membangun tingkat kepercayaan audiens terhadap informasi yang disampaikan. Memahami seberapa penting mahasiswa mempercayai dan menilai kualitas berita dari platform *online* sangat penting. Penelitian ini dapat mengidentifikasi pola dalam cara mahasiswa menilai dan memproses informasi dengan menggali pandangan mereka tentang kredibilitas media *online*. Ini akan membantu memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mahasiswa menilai dan memproses berita.

### 1.6.2 Kerangka Konseptual

Peneliti memakai kerangka konseptual sebagai pendekatan untuk mengatasi setiap permasalahan yang diteliti. Kerangka ini berfungsi sebagai struktur agar penelitian berjalan dengan konsisten, terarah, dan sesuai tujuan.

#### 1. Kredibilitas Media

Secara bahasa, kredibilitas media berarti media yang dapat dipercaya dan mampu memegang kepercayaan (media trust). Secara esensial, media yang kredibel adalah media yang selalu mengutamakan tanggung jawab dan akuntabilitas. Dalam konteks jurnalistik, kepercayaan terhadap media biasanya dibangun berdasarkan kepatuhan pada prinsip-prinsip jurnalistik, baik dari segi mekanisme maupun etika,

mengikuti praktik terbaik media demokratis, serta mematuhi peraturan hukum yang berlaku..

Menurut Salwen, Garrison, dan Driscoll (2005), kredibilitas adalah kemampuan menumbuhkan kepercayaan pembaca, yakni sejauh mana mereka mempercayai sebuah berita. Media disebut kredibel jika informasi yang disajikan layak dipercaya dan dapat dibuktikan.

Kredibilitas dapat diartikan sebagai ukuran untuk menilai kualitas, kemampuan, maupun kemampuan dalam membangun kepercayaan dari khalayak. Istilah *credible* berarti dapat dipercaya, sedangkan *credibility* merujuk pada kepercayaan atau kondisi yang dapat dipercaya. Selain itu, konsep kredibilitas media berkaitan erat dengan konsep kepercayaan secara umum. Jika kredibilitas media diartikan sebagai kepercayaan yang dimiliki audiens terhadap media pemberitaan, maka penting untuk memahami terlebih dahulu konsep kepercayaan itu sendiri.

Dimensi kredibilitas menurut Salwen, Garrison, dan Driscoll (2015:153), yang diadaptasi dari Gaziano dan McGrath, digunakan dalam studi kredibilitas media di Amerika pada tahun 2002, mencakup media seperti koran, televisi, dan berita online. Ada 12 dimensi yang digunakan untuk mengukur kredibilitas media, yaitu: kepercayaan (*trustworthiness*), kekinian (*currency*), keberpihakan (*bias*), keadilan (*fairness*), pelaporan yang menyeluruh (*reporting the whole story*), objektivitas (*objectivity*), kejujuran (*honesty*), informasi terkini (*up to date*), kredibilitas (*believability*), keseimbangan (*balance*), ketepatan (*accuracy*), dan ketepatan waktu (*timeliness*)..

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa setiap jenis media memiliki faktor-faktor berbeda dalam mengukur kredibilitasnya. Pada media online, terdapat faktor tambahan yang tidak ditemukan pada media lain, yaitu ketidakberpihakan (tidak bias). Hal ini mengindikasikan bahwa media online seringkali dianggap melakukan bias dalam pemberitaan. Kondisi ini terkait dengan kecepatan penyajian berita, di mana jurnalis sering menulis fakta dan opini secara cepat tanpa terlebih dahulu melakukan konfirmasi kepada pihak terkait. Berdasarkan hal tersebut, faktor-faktor kredibilitas berita media dikelompokkan menjadi tiga kategori oleh Driscoll, Garrison, dan Salwen (2005).

Faktor kredibilitas suatu media dalam pemberitaan tidak hanya dinilai dari isi kontennya, tetapi juga dari kemampuan media tersebut dalam menyebarkan informasi secara cepat, kemudahan akses, serta penyajian fitur tambahan yang mendukung berita kepada audiens. Berikut ini adalah beberapa faktor yang menentukan kredibilitas berita pada media online:

1. Kepercayaan terhadap pemberitaan mencakup unsur *truthworthiness*, *believability*, *accuracy*, *report the whole story*, *balance*, dan *fairness*. Dari beberapa dimensi tersebut, tiga aspek pertama memberikan pengaruh paling besar pada faktor ini..
2. Aktualitas atau kekinian informasi dalam berita meliputi *currency* (cakupan peredaran), *up to date* (terkini), dan *timeliness* (ketepatan waktu). Ketiga unsur tersebut cenderung memiliki peran yang hampir setara dalam menentukan faktor kekinian.
3. Tidak bias atau ketidakberpihakan berita terdiri atas dimensi *bias* dan

objektivitas. Pada faktor ini, unsur *bias* menunjukkan kontribusi yang lebih signifikan dibandingkan dengan objektivitas.

Dalam media konvensional, proses verifikasi berita atau cek dan ricek sangat diperhatikan sebelum berita sampai ke pembaca. Namun, dalam media online, proses verifikasi ini sering kali kurang diperhatikan. Flanagan dan Metzger (2000:516) mengemukakan kredibilitas media dapat diukur dari beberapa aspek, yang meliputi aspek kepercayaan, akurasi, keberpihakan, serta kelengkapan informasi.

## 2. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu jenis media daring yang dapat diakses melalui internet. Menurut Gohar F. Khan dalam bukunya *Social Media for Government*, media sosial adalah platform berbasis internet yang mudah digunakan, sehingga memungkinkan penggunaanya untuk membuat dan membagikan berbagai konten—seperti informasi, opini, dan minat dalam berbagai konteks, termasuk informatif, edukatif, sindiran, kritik, dan lain-lain, kepada audiens yang lebih luas oleh Fatin (2024).

Selain itu, media sosial memungkinkan penyebaran informasi terjadi dengan cepat dan mudah tanpa verifikasi yang memadai. Hal ini membuat masyarakat cenderung lebih tertarik pada berita ringkas, konten visual, dan video pendek (*reels*). Konten yang disajikan secara visual atau dalam format pendek lebih mudah dicerna dan menarik perhatian mereka, tetapi juga dapat memengaruhi kedalaman pemahaman mereka terhadap suatu topik.

### **3. Pandangan Mahasiswa**

Pandangan mahasiswa berasal dari makna kata “pandangan” yang menjadi dasar pemikirannya. Secara umum, pandangan berarti penglihatan yang berlangsung lama dan tetap, atau bisa juga diartikan sebagai proses penyelidikan secara cermat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pandangan adalah hasil dari melihat, memperhatikan, atau memandang sesuatu.

Waltigo menjelaskan (1994:110) bahwa pandangan merupakan hasil dari proses pengamatan individu terhadap suatu objek, yang melibatkan perasaan dan pengalaman sehingga membentuk persepsi pribadi.

Menurut Kartono, mahasiswa adalah orang yang memiliki kesempatan dan kemampuan untuk belajar di perguruan tinggi, sehingga dapat dikategorikan sebagai golongan intelektual. Dengan kesempatan tersebut, mahasiswa diharapkan mampu menjadi pemimpin yang terampil dalam dunia kerja maupun masyarakat. Selain itu, mahasiswa juga berperan sebagai agen perubahan dalam proses modernisasi kehidupan bermasyarakat (Selvi, 2019).

#### **1.7 Langkah-langkah Penelitian**

##### **1.7.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian memegang peran penting dalam penelitian kualitatif ini. Penelitian ini akan dilakukan di Kampus Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Jalan A.H. Nasution No. 105, Cipadung, Kecamatan Cibiru, Kota Bandung.

##### **1.7.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretatif, di mana metode yang

diterapkan melibatkan pengamatan langsung terhadap individu untuk memahami fakta dan menggali pendapat objek penelitian. Paradigma ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang peristiwa sosial berdasarkan pengalaman dan sudut pandang orang yang diteliti, dalam hal ini mahasiswa. Menurut Newman (1997), paradigma interpretatif memandang sistem sosial sebagai pemberi makna langsung terhadap perilaku.

Paradigma ini menganggap fakta sebagai sesuatu yang unik, penuh makna, dan memiliki konteks khusus yang menjadi inti pemahaman realitas sosial. Fakta dipandang sebagai tindakan yang spesifik dan kontekstual, tergantung pada makna yang diberikan oleh individu dalam posisi sosialnya. Newman (2000) menambahkan bahwa status sosial seringkali mengandung ambiguitas besar, sehingga perilaku dan pernyataan dalam status tersebut bisa diinterpretasikan dengan berbagai cara oleh orang yang berbeda.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Bogdan & Taylor (1998) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa gambaran tulisan, lisan, atau perilaku dari objek yang diteliti. Penelitian kualitatif menggunakan metode seperti wawancara, observasi, analisis isi, serta teknik pengumpulan data lain untuk menangkap respons perilaku objek penelitian (Setyosari, 2012).

Seperti dijelaskan Moleong dalam Herdiansyah (2012), pendekatan kualitatif bertujuan memahami fenomena dalam konteks sosial melalui interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dan objek penelitian. Pendekatan ini fokus pada pemahaman menyeluruh tentang perilaku, persepsi, motivasi, hingga

tindakan subjek yang diteliti.

### **1.7.3 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, karena dianggap selaras dengan topik yang akan dibahas. Pada penelitian kualitatif, data diperoleh melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi yang dikumpulkan dari narasumber. Selanjutnya, data tersebut dideskripsikan berdasarkan temuan yang terjadi di lapangan selama proses penelitian berlangsung.

Penelitian ini berfokus pada penggambaran kredibilitas akun Instagram @Folkative menurut pandangan mahasiswa jurnalistik, dengan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan arsip dokumen dari narasumber. Data tersebut kemudian dijelaskan secara rinci berdasarkan fakta di lapangan.

Menurut Mukhtar (2013) bahwa penelitian deskriptif menjabarkan objek secara alami dalam konteks sosial, dengan temuan yang tidak hanya berasal dari pengamatan visual, tetapi juga peka terhadap aspek khusus untuk menjawab mengapa dan bagaimana suatu realitas terjadi.

### **1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data**

#### **1. Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan data kualitatif. Data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara mendalam dalam bentuk lisan dan tulisan, yang nantinya akan dideskripsikan ke dalam laporan penelitian. Data yang diperoleh dan diidentifikasi meliputi:

- a) Pandangan mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2021 UIN SGD Bandung mengenai kredibilitas akun Instagram @folkative sebagai media informasi berdasarkan dimensi kepercayaan pemberitaan.
- b) Pandangan mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2021 UIN SGD Bandung terkait kredibilitas akun Instagram @folkative sebagai media informasi dilihat dari dimensi kekinian pemberitaan.
- c) Pandangan mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2021 UIN SGD Bandung tentang kredibilitas akun Instagram @folkative dari segi ketidakberpihakan dalam pemberitaan.

## **2. Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sekunder:

### **1) Sumber Data Primer**

Sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik Angkatan 2021 di UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

### **2) Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder berupa dokumen pendukung seperti buku referensi, situs internet, penelitian sejenis, dan informasi lain yang relevan dan berkaitan dengan penelitian ini.

## **1.8 Penentuan Informan**

Dalam studi ini, peneliti menetapkan jumlah 6 informan mahasiswa Ilmu

Komunikasi Jurnalistik angkatan 2021. Pemilihan jumlah ini mengacu pada pedoman Creswell (1998), yang merekomendasikan penggunaan 3 hingga 10 partisipan dalam penelitian kualitatif untuk menjamin kedalaman analisis. Selain itu, Menurut Guest, Bunce, & Johnson (2006) menyatakan bahwa rentang 6–12 informan umumnya sudah memadai untuk mencapai saturasi data, terutama pada kelompok yang relatif homogen. Pendekatan sampling purposive juga diterapkan, dengan memilih mahasiswa yang secara aktif mengikuti akun Instagram Folkative serta memiliki pengalaman dalam kegiatan jurnalistik, demi memperoleh informan yang kaya informasi (information-rich). Dengan demikian, jumlah informan enam orang tidak hanya memenuhi standar teoritis, tetapi juga memastikan kualitas data yang mendalam dan relevan untuk menjawab fokus penelitian. Pertimbangan khusus juga menjadi dasar dalam menentukan keenam mahasiswa tersebut:

- 1) Mahasiswa Jurusan Jurnalistik Angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- 2) Informan merupakan pengikut akun Instagram Folkative dan sering mengakses berita di akun Instagram Folkative.
- 3) Informan pernah terlibat di kegiatan kejournalistikan.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sejak awal dan sesuai dengan tujuan penelitian, peneliti memilih mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik Angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang aktif serta memiliki minat dan frekuensi membaca berita di akun Instagram @folkative sebanyak 3-5 kali.

## **1.9 Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Wawancara**

Wawancara menjadi teknik utama dalam pengumpulan data pada penelitian ini. Proses wawancara dilakukan untuk menggali informasi terkait masalah penelitian, baik secara langsung (tatap muka) maupun melalui telepon. Karena mahasiswa menjadi objek penelitian, maka wawancara tatap muka dianggap penting untuk memperoleh data yang lebih mendalam.

## **2. Observasi**

Data yang diperoleh melalui observasi berasal dari pengamatan langsung menggunakan indera terhadap kondisi nyata di lapangan selama penelitian tentang pandangan mahasiswa mengenai kredibilitas akun Instagram @folkative. Dengan melakukan observasi, peneliti dapat menangkap interaksi yang terjadi. Sebagai pengamat, peneliti harus mampu memperhatikan objek secara cermat serta peka dalam mengenali dan memahami momen-momen penting, sekaligus membedakan antara hal yang relevan dan yang tidak diperlukan.

## **3. Studi Kepustakaan dan Dokumentasi**

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur yang relevan, seperti skripsi, penelitian terdahulu, jurnal, buku, serta situs internet yang berkaitan dengan topik kredibilitas media dan lain-lain.

Sementara itu, teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi atau menambah sumber data dalam penelitian. Dokumentasi dapat berupa gambar, laporan tertulis, naskah berita, artikel, atau penelitian serupa yang dipublikasikan di media massa. Dokumen ini juga membantu memberikan rincian lebih mendalam berdasarkan data yang telah ada sebelumnya

#### **4. Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Data yang telah dikumpulkan akan direduksi dan disajikan dalam bentuk narasi teks. Selanjutnya, data tersebut diperiksa kembali untuk memastikan keakuratan dan validitasnya, sehingga dapat dinyatakan kredibel.

#### **5. Teknik Analisis Data**

Data yang diperoleh melalui proses pengumpulan selanjutnya diolah agar dapat disajikan sebagai hasil penelitian yang tersusun secara sistematis. Penelitian ini menerapkan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang melibatkan empat tahapan dalam pengolahan data. Metode ini bersifat interaktif, artinya setiap tahap dapat dilakukan secara berulang hingga analisis dinyatakan tuntas. Adapun empat tahap dalam teknik analisis data menurut Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:

##### **1) Tahap Pengumpulan Data**

Tahap awal dalam analisis interaktif adalah mengumpulkan data sebanyak mungkin, yang bisa berupa hasil observasi di lapangan, dokumentasi, atau transkrip wawancara dengan narasumber.

##### **2) Tahap Reduksi Data**

Setelah data terkumpul, tahap selanjutnya adalah memilih, menandai, dan menyederhanakan data secara sistematis agar hanya data yang relevan saja yang dipertahankan. Proses ini memudahkan dalam penarikan kesimpulan.

##### **3) Tahapan Penyajian Data**

Dalam penelitian kualitatif deskriptif, data yang sudah dikumpulkan dan direduksi akan disajikan dalam bentuk narasi teks. Data dijelaskan secara rinci,

natural, dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

#### 4) Tahapan Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Setelah data disajikan, tahap berikutnya adalah memverifikasi dengan cara mengkonfirmasi keakuratan data melalui bukti yang ada. Jika data sudah dianggap kredibel, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut.

