

## BAB I

### PENDA

#### A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi memiliki kontribusi besar dalam menciptakan keberagaman media. Hal ini yang menjadikan proses penyampaian informasi mengalami perkembangan yang pesat. Ini bisa dilihat dari mudahnya setiap orang untuk mendapatkan akses informasi pilihannya sendiri karena kehadiran media baru (*New Media*).

*New media* atau media baru disebut juga *new media digital*. *Media digital* adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008:2-3).

Terwujudnya *New Media* ini karena adanya internet. Internet (*interconnection-networking*) pertama kali dicoba tahun 1969, mampu menghasilkan media yang lebih dikenal dengan *website*. *Website* atau *site* (situs) mengandung konten (media), termasuk teks, video, audio, dan gambar yang bisa diakses melalui alamat yang di kenal dengan *uniform resource locator (URL)* yang berawalan *www* atau *http*.

Kelebihan yang dimiliki internet dibandingkan dengan media massa sebelumnya, memungkinkan individu dibelahan dunia bisa berkomunikasi tanpa

harus bertemu satu sama lain. Berbagai fitur internet pun dihadirkan, seperti awal kemunculan *email* hingga lahirnya fitur-fitur jejaring sosial (*social network*), seperti *yahoo messenger*, *tagged*, *friendster*, *facebook*, *Twitter* dan lain sebagainya.

Salah satu media sosial yang tumbuh secara cepat diantaranya yang lainnya adalah jejaring sosial *Twitter*. *Twitter* digunakan sebagai ajang berbagi informasi singkat oleh penggunanya dengan memberitahukan apa yang sedang terjadi pada saat itu. Di Indonesia situs jejaring sosial *Twitter* mempunyai pengguna aktif yang cukup banyak.

Menurut situs *A worldofTweets.com*, Indonesia berada pada posisi ke-3 kicauan *Twitter* terbanyak di dunia (11.03 persen) dan sekaligus sebagai jawara pengguna *Twitter* terbanyak di Asia (*A World of Tweets*, n.d.). Posisi teratas diraih Amerika Serikat (27 persen). Data ini menunjukkan bahwa ada potensi bahwa jumlah informasi yang beredar di dunia maya akan semakin banyak dan beredar cepat dalam waktu singkat. Kondisi ini berdampak pula pada pemberitaan (Eddyono, 2012).

Tidak hanya itu, *Twitter* pun ikut dimanfaatkan kebanyakan kalangan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding* (Romli, 2012 : 106-107). Akhirnya banyak para tokoh dunia berlomba-lomba membuat akun *Twitter*, agar popularitasnya di dunia maya bisa menjadi *tranding topic*.

Contohnya, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang pada bulan April 2013 resmi mengaktifkan akun *Twitter*nya @SBYudhoyono yang langsung diikuti



Sebanyak 32 persen responden lainnya menggunakan jejaring sosial untuk menulis informasi personal, 40 persen untuk menulis informasi mengenai berita menarik di media masing-masing, 41 persen untuk kegiatan kerja yang tengah dilakukan dan 93 responden memanfaatkan internet sebagai sumber informasi, email dan jejaring sosial ( [www.okezone.com](http://www.okezone.com) diakses pada 23 November 2014).

Melihat fenomena kelebihan *new media* ini khususnya jejaring sosial *Twitter*, akan selalu memiliki dua sisi kemungkinan, yakni sisi keuntungan dan sisi kerugian. Jika dilihat dari banyaknya *civitas media* yang menggunakan *Twitter* sebagai sumber beritanya, maka harus di waspadai dengan akun-akun yang *anonimitas* (tidak diketahui pemiliknya).

Contohnya seperti keberadaan akun *@triomacan2000* yang kemarin sempat tersandung kasus pemerasan terhadap petinggi PT Telkom. Dimana akun *@triomacan2000* ini awalnya merupakan akun *anonim* yang di pegang oleh beberapa orang untuk menyebarkan isu, rumor, dan kritik pedas bagi para pejabat di negeri ini.

Melihat kekhawatiran ini, adanya standarisasi dari kredibilitas narasumber yang diambil dari akun *Twitter* akan sangat penting. Menurut Koehler dalam buku *Psikologi Komunikasi* karangan Jalaludin (1999:239) disebutkan bahwa ada empat komponen kredibilitas komunikator dan juga dua komponen kredibilitas komunikator menurut Jalaludin, yaitu :

1. Dinamis, artinya narasumber dipandang aktif, tegas, dan berani dalam menyampaikan pendapatnya.
2. Sosiabiliti , artinya narasumber dipandang dekat dengan masyarakat.
3. Koorientasi, artinya narasumber dipandang bisa mewakili nilai-nilai yang dianut atau kelompok yang di dukunginya.
4. Karisma, artinya menunjukkan suatu kelebihan pada narasumber.

5. Keahlian, artinya dipandang ahli dengan cara menunjukkan bagaimana pembicara di persepsi dengan berkenaan dengan subjek yang disajikan.
6. Kepercayaan, narasumber dipandang percaya yang berkaitan dengan wataknya. (Jalaludin 1998:260).

Dari enam komponen diatas, yang relevan dengan penelitian *Kebijakan Redaksional Detikcom dalam Menentukan Narasumber dari akun Twitter pada Pesan Berita Online* ini adalah :

- a) Kepercayaan  
Kepercayaan adalah kesan komunikate tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya, seperti jujur dan bermoral.
- b) Keahlian  
Keahlian adalah kesan yang dibentuk oleh komunikate tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dalam topik yang dibicarakan. Komunikator dinilai ceras, berpengalaman dan kompeten.
- c) Kedinamisan, komunikator memiliki dinamisme bila itu dipandang aktif, tegas, dan berani (Jalaludin 1998:260).

Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan, artinya tidak jauh berbeda dengan seorang narasumber yang memberikan pernyataannya kepada wartawan, maka fokus permasalahan pada penelitian ini tidak akan jauh dari melihat tiga komponen yang telah disampaikan oleh Koehler dan Jalaludin tersebut, yang nantinya akan di verifikasi apakah penentuan narasumber di *Detikcom* seperti halnya dengan cara empat komponen Koehler itu atau dengan menggunakan standarisasi yang lain.

Penelitian ini menjadikann portal *Detikcom* sebagai subjek penelitian karena *Detikcom* merupakan portal berita dan artikel daring terpopuler di Indonesia. Dalam penelitian ini tersirat makna ingin mengetahui sejauh mana *Detikcom* dalam mengambil kebijakan redaksional tentang penentuan narasumber dari akun *Twitter*. Dan seperti apa proses pencarian berita tersebut serta bagaimana

*Detikcom* dalam hal memverifikasi kepada narasumber agar berita tetap di pandang *cover both side* sehingga memenuhi kriteria berita layak.

*Detikcom* sebagai pelopor media *Online* pertama di Indonesia dipercaya dapat memberikan data yang banyak dalam penelitian ini setelah mengalami banyak tahap proses pendewasaan media di Indonesia. Hal ini terlihat dari jumlah pengunjung situs ini sejak Juli 1998 mencapai 30.000 *hits* per hari dengan sekitar 2.500 *user* (pelanggan Internet). Dan sekarang *page view Detikcom* mencapai 3 juta per harinya dan menempati posisi ke empat tertinggi dari alexa.com untuk seluruh konten di Indonesia. Selain itu, media *Online* ini merupakan media dengan jumlah pengakses terbesar di Indonesia (*Alexa Internet. Top Site in Indonesia. Alexa The Web Informal Company. www.alexacom, atautopsitesataucontriesatauID*) diakses 5 Oktober 2014).

Berangkat dari latarbelakang diataslah penelitian ini dirasa penting untuk dilakukan. Karena pada massa sekarang ini perkembangan media *Online* tanpa bisa terkendali. Dan sering kali wartawan tidak mengedepankan objektivitas ( akurasi, *fairlines, cover both side, verifikasi dan klarifikasi* ) berita hanya untuk mengejar kecepatan dalam menyebarkan berita.

## **B. Perumusan Masalah**

Berangkat dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, bahwa sebuah media yang kompeten tidak akan sembarangan dalam menjatuhkan pilihannya pada narasumber sebagai sumber berita. Akan lebih baik jika hal ini berpegang pada

komponen yang bisa menjadi jaminan dimana narasumber itu memang kredibel, sehingga berita yang disebarluaskan pun berkualitas.

Tiga komponen ini yang telah dipaparkan dilatarbelakang berdasarkan aspek kredibilitas tersebut, pada akhirnya memfokuskan penelitian ini pada rumusan masalah tentang, “*Bagaimana kebijakan redaksional Detikcom dalam menentukan narasumber yang kredibel jika diambil dari akun Twitter berdasarkan aspek-aspek kredibilitas narasumber?*”. Maka dari itu sinkronisasi dimensi pertanyaan penelitian secara umumnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kebijakan redaksional *Detikcom* dalam menentukan narasumber dari akun *Twitter* jika dilihat dari aspek kepercayaannya?
2. Bagaimana kebijakan redaksional *Detikcom* dalam menentukan narasumber dari akun *Twitter* jika dilihat dari aspek keahliannya?
3. Bagaimana kebijakan redaksional *Detikcom* dalam menentukan narasumber dari akun *Twitter* jika dilihat dari aspek kedinamisannya?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas dan juga pertanyaan yang telah di jelaskan secara rinci dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara rinci tentang:

1. Mendeskripsikan kebijakan redaksi *Detik.com* dalam menentukan kredibilitas narasumber dari akun *Twitter* dilihat dari aspek kepercayaannya.

2. Mendeskripsikan kebijakan redaksi *Detik.com* dalam menentukan kredibilitas narasumber dari akun *Twitter* dilihat dari aspek keahliannya.
3. Mendeskripsikan kebijakan redaksi *Detik.com* dalam menentukan kredibilitas narasumber dari akun *Twitter* dilihat dari aspek kedinamisannya.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam bidang pengetahuan Ilmu Komunikasi Jurnalistik., khususnya mengenai faktor kredibilitas media yang memiliki hubungan dengan aktivitas akses berita *Online* pada pengguna internet di Indonesia.

Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam penelitian lebih lanjut tentang faktor kredibilitas media secara umum dan juga hubungan terhadap penggunaannya.

##### **2. Manfaat Praktis**

Bagi praktisi media penelitian ini dapat menjadi acuan dalam menciptakan pemberitaan yang lebih akurat, adil, berimbang dan dapat dijamin kredibilitas di media *Online*. Serta bisa menjadi bahan rujukan bagi para jurnalis untuk mengetahui standar atau aturan penulisan berita yang narasumbernya diambil lewat akun *Twitter*.



## **E. Tinjauan Pustaka**

### **1. Tinjauan Penelitian Serupa**

Penelitian tentang kredibilitas di media *Online* pernah dilakukan penelitian terdahulu oleh mahasiswa atau pun lembaga atau instansi. Adapun referensi untuk menambah khazanah tentang kredibilitas ini bisa ditemukan lewat buku, jurnal, dan skripsi. Referensi-referensi tersebut dapat dijadikan tolak ukur dan batu loncatan dalam melakukan penelitian ini. Tetapi tidak semua penelitian terdahulu yang ditemukan memiliki permasalahan yang sama, terkadang hanya beberapa aspek saja yang memiliki masalah yang sama sehingga meski begitu dapat diambil intisarinya. Penelitian-penelitian itu adalah sebagai berikut:

- a) Jurnal yang ditulis oleh Ida Wiendijarti dari Universitas Veteran Yogyakarta pada tahun 2008 dengan judul “ *Pengaruh Kredibilitas Narasumber Berita Politik terhadap Internalisasi Nilai Berita Politik pada Masyarakat*”. melalui pendekatan kuantitatif dapat ditemukan hasil dari penelitian ini adanya korelasi yang positif dan sangat signifikan antara kredibilitas narasumber berita politik terhadap internalisasi nilai berita politik. Selain itu, ada perbedaan antara pengaruh kredibilitas narasumber berita politik dari masing-masing jenis narasumber yaitu kalangan birokrat, intelektual, masyarakat dan tokoh politik.

- b) Skripsi yang ditulis oleh Ahmad Zakaria UIN Syarif Hidayatulloh, pada tahun 2010 dengan judul “*Kebijakan Redaksional Surat Kabar Republika Dalam Penulisan Berita Pada Rubrik Internasional*”. Lewat pendekatan kualitatif hasil dari penelitian ini bahwa kebijakan redaksional *Republika* dalam penulisan berita di rubrik Internasional akan lolos seleksi bila berita tersebut mempunyai *news value* dan berpihak pada umat islam.
- c) Skripsi yang ditulis oleh Semeru Gesta Nutrotalla dari UIN Syarif Hidayatulloh, pada tahun 2010 dengan judul “*Analisis Kebijakan Redaksi TV ONE dalam memublikasikan Berita dari TV ke Online di [www.tvone.co.id](http://www.tvone.co.id)*”. Lewat pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif ingin mengetahui tentang bagaimana proses *TV ONE* melakukan konvergensi media dari tv ke *online*. Hasil dari penelitian ini mengetahui bahwa tujuan dari konvergensi media dari televisi ke *online* dilakukan oleh *TV One* untuk menyediakan berita yang lebih cepat diperoleh oleh masyarakat luaskan informasi kepada masyarakat luas dan juga untuk mengembangkan perusahaan *TV One* itu sendiri.
- d) Skripsi yang ditulis oleh Mohamad Safrodin dari UIN Sunan Kalijaga pada tahun 2010. Dengan judul “*Kebijakan Redaksioanal SKH Kedaulatan Rakyat dalam Menentukan Berita Utama (Headline) Edisi 1 Juni-30 Agustus 2009*”. Melalui pendekatan kualitatif untuk mengetahui bagaimana kebijakan *SKH Kedaulatan*

*Rakyat* dalam menentukan berita utama. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kebijakan redaksional *SKH Kedaulatan* dalam menentukan Berita Utama (*Headline*) pada dasarnya mengacu pada konsep nilai berita yang berupaya untuk mengawal dinamika bangsa Indonesia dan untuk membela kepentingan rakyat tertindas.

- e) Sebuah jurnal yang ditulis oleh Arryo Subarkah Eddyono, S.Sos, M.Si dari Universitas Bakrie pada tahun 2012. Dengan judul “*Kala Twitter Menjadi Sumber Informasi Bagi Jurnalis (Studi Kehebatan Twitter mengubah Pola Pemberitaan Media Massa)*”. Melalui pendekatan metode kualitatif penelitian ini coba mengetahui seperti apa *Twitter* mengubah pola kerja redaksi media massa. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa *Twitter* merupakan penyampai awal informasi yang cepat, *Twitter* digunakan untuk memantau topik yang tengah naik sehingga layak dijadikan berita.
- f) Skripsi yang ditulis oleh Nurhasanah pada tahun 2011 dari UIN Syarif Hidayatulloh dengan judul “Kebijakan Redaksional Surat Kabar *Media Indonesia* dalam Penulisan Editorial”. Melalui pendekatan kualitatif dengan model deskriptif penelitian ini mencoba menjawab tujuan penelitian tentang bagaimana kebijakan redaksional *Media Indonesia* dalam Penulisan Editorial. Hasil dari penelitian ini bahwa penulisan editorial tidak lepas dari lima faktor yang mempengaruhi pemberitaan media massa menurut teori *Hierarchy of Influence* dari Pamela Shoemaker dan Stephen D.

Resse. Tetapi dari kelima pengaruh hirarki tersebut, yang paling banyak mempengaruhi adalah dari hirarki ideologi media.

Penelitian diatas secara sederhana ditunjukkan dalam tabel tinjauan penelitian serupa dibawah ini

**Tabel 1 Tinjauan Penelitian Serupa**

1	<b>Nama</b>	Ida Wiendijarti
	<b>Tahun dan Metode</b>	2008, Metode Kuantitatif
	<b>Judul</b>	Pengaruh Kredibilitas Narasumber Berita Politik terhadap Internalisasi Nilai Berita Politik pada Masyarakat
	<b>Tujuan</b>	Untuk mengetahui Hubungan antara Kredibilitas Narasumber dengan Berita Politik di masyarakat
	<b>Hasil</b>	Adanya korelasi yang positif dan sangat signifikan antara kredibilitas narasumber berita politik terhadap internalisasi nilai berita politik. Selain itu, ada perbedaan antara pengaruh kredibilitas narasumber berita politik dari masing-masing jenis narasumber yaitu kalangan birokrat, intelektual, masyarakat dan tokoh politik.
	<b>Relevansi</b>	Dari penelitian ini dapat dijadikan pijakan awal dalam menentukan identifikasi permasalahan dan sebagai sumber pertanyaan penelitian awal secara umum, yang nantinya ketika dilapangan akan berkembang
2	<b>Nama</b>	Ahmad Zakaria
	<b>Tahun dan Metode</b>	2010 Metode Fenomenologi Kualitatif
	<b>Judul</b>	Kebijakan Redaksional <i>Surat Kabar Republika</i> dalam Penulisan Berita pada Rubrik Internasional.
	<b>Tujuan</b>	Untuk mengetahui kebijakan redaksional <i>Republika</i> dalam menentukan tulisan berita yang layak dan tidak layak di rubrik Internasional
	<b>Hasil</b>	kebijakan redaksional <i>Republika</i> dalam penulisan berita di rubrik Internasional akan lolos seleksi bila berita tersebut mempunyai <i>news value</i> dan berpihak pada umat islam.
<b>Relevansi</b>	Penelitian ini memberi gambaran kepada penulis tentang bagaimana peneliti mengindikasikan teori yang digunakan untuk dapat menentukan kebijakan penulisan rubrik Internasional yang dilakukan oleh surat kabar <i>Republika</i> .	
3	<b>Nama</b>	Semeru Gesta Nutrotalla

	<b>Tahun dan Metode</b>	2010, Deskriptif
	<b>Judul</b>	Analisis Kebijakan Redaksi <i>TV One</i> dalam Memublikasikan Berita dari TV ke Online di <i>www.tvone.co.id</i>
	<b>Tujuan</b>	Untuk mengetahui tentang bagaimana proses <i>Tv One</i> melakukan konvergensi media dari tv ke <i>online</i> .
	<b>Hasil</b>	Tujuan dari konvergensi media dari televisi ke <i>online</i> yang dilakukan oleh <i>TV One</i> untuk menyediakan berita yang lebih cepat diperoleh oleh masyarakat luaskan informasi kepada masyarakat luas dan juga untuk mengembangkan perusahaan TV One itu sendiri.
	<b>Relevansi</b>	Penulis bisa mendapatkan gambaran tentang konvergensi media yang bisa dijadikan masukan bagi materi dari penelitian yang sedang dilakukan
4	<b>Nama</b>	Mohamad Safrodin
	<b>Tahun dan Metode</b>	2010 , Kualitatif
	<b>Judul</b>	Kebijakan Redaksioanal <i>SKH Kedaulatan Rakyat</i> dalam Menentukan Berita Utama ( <i>Headline</i> ) Edisi 1 Juni-30 Agustus 2009
	<b>Tujuan</b>	Mendeskripsikan kebijakan redaksional <i>SKH Kedaulat Rakyat</i> dalam menentukan Berita Utama ( <i>Headline</i> ) pada edisi 1 Juni- 30 Agustus 2009.
	<b>Hasil</b>	Kebijakan redaksional <i>SKH Kedaulatan</i> dalam menentukan Berita Utama ( <i>Headline</i> ) pada dasarnya mengacu pada konsep nilai berita yang berupaya untuk mengawal dinamika bangsa Indonesia dan untuk membela kepentingan rakyat tertindas.
<b>Relevansi</b>	Penulis mengambil beberapa teori dan masukan yang di perlukan dari penelitan yang sedang dilakukan. Sehingga akan menambah khazanah dari penelitian penulis	
5	<b>Nama</b>	Aryo Subarkah Eddyono S.Sos, M.Si
	<b>Tahun dan Metode</b>	2012, Kualitatif
	<b>Judul</b>	Jurnal : Kala <i>Twitter</i> Menjadi Sumber Informasi Bagi Jurnalis (Studi Kehebatan <i>Twitter</i> mengubah Pola Pemberitaan Media Massa)
	<b>Tujuan</b>	Untuk mengetahui seperti apa <i>Twitter</i> mengubah pola kerja redaksi media massa.
	<b>Hasil</b>	<i>Twitter</i> merupakan penyampai awal informasi yang cepat, <i>Twitter</i> digunakan untuk memantau topik yang tengah naik sehingga layak dijadikan berita.
<b>Relevansi</b>	Bisa dijadikan gambaran umum apa saja tentang gambaran media <i>Twitter</i> yang kini dinilai sangat bermanfaat bagi para civitas media.	
6	<b>Nama</b>	Nurhasanah

	<b>Tahun dan Metode</b>	2011, Kualitatif
	<b>Judul</b>	Kebijakan Redaksional Surat Kabar <i>Media Indonesia</i> dalam Penulisan Editorial
	<b>Tujuan</b>	Untuk mendeskripsikan kebijakan redaksional <i>MI</i> dalam penulisan Editorial
	<b>Hasil</b>	Penulisan editorial tidak lepas dari lima faktor yang mempengaruhi pemberitaan media massa menurut teori <i>Hierarchy of Influence</i> dari Pamela Shoemaker dan Stephen D. Resse. Tetapi dari kelima pengaruh hirarki tersebut, yang paling banyak mempengaruhi adalah dari hirarki ideologi media.
	<b>Relevansi</b>	Memberi gambaran kepada penulis tentang teori Pengaruh Hirarki Media massa dari Pamela Shoemaker dan Stephen D Resse yang penulis gunakan untuk pengimplementasian dengan hasil penelitian.
7	<b>Nama</b>	Nur Lella
	<b>Tahun dan Metode</b>	2015, Kualitatif
	<b>Judul</b>	Kebijakan Redaksional <i>Detikcom</i> dalam Menentukan Kredibilitas Narasumber dari Akun <i>Twitter</i> pada Pesan Berita <i>Online</i>
	<b>Tujuan</b>	Untuk mengetahui Kebijakan redaksional <i>Detikcom</i> dalam menentukan Kredibilitas Narasumbernya yang diambil dari Akun <i>Twitter</i> .
	<b>Hasil</b>	-
	<b>Kritik</b>	-
	<b>Relevansi</b>	-

## F. Landasan Teoritis

### 1) Kredibilitas

Kredibilitas secara umum menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (kbbi.web.id) berarti perihal dapat dipercaya atau kepercayaan. Kredibilitas adalah kualitas, kapabilitas, atau kekuatan untuk menimbulkan kepercayaan. Kepercayaan berkaitan dengan penilaian khalayak bahwa sumber informasi dianggap tulus, jujur, bijak, adil, dan objektif.

Sementara menurut Jalaludin dalam buku *Psikologi Komunikasi* (1998:257) kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikate tentang sifat-sifat komunikator. Dalam definisi ini terkandung dua hal yaitu kredibilitas merupakan persepsi komunikate, jadi tidak inheren dalam diri komunikator; serta kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator, yang selanjutnya disebut sebagai komponen-komponen kredibilitas.

Adapun komponen-komponen kredibilitas itu adalah keahlian dan kepercayaan. Keahlian merupakan kesan yang dibentuk masyarakat tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator dipandang tinggi pada keahlian apabila ia cerdas, mampu, banyak tahu, ahli, berpengalaman serta terlatih. Sedangkan kepercayaan merupakan kesan yang dibentuk masyarakat yang berkaitan dengan wataknya, seperti kejujuran, adil, etis, tidak menipu dan memiliki moralitas.

Masih di buku yang sama (Jalaludin, 1999:257) menurut pendapat Koehler, Annatol dan Applbaum tentang komponen kredibilitas, diantaranya : *pertama* Dinamis, komunikator dipandang dinamis apabila ia aktif, tegas, bersemangat, bergairah dan berani dalam menyampaikan pendapatnya: *Kedua* Sosiabiliti, komunikator dipandang sosiabiliti apabila ia periang dan dekat dengan masyarakat; *Ketiga* Koorientasi, komunikator dipandang koorientasi apabila ia bisa mewakili nilai-nilai yang di anutatau kelompok yang di dukunginya: *Keempat* Karisma, menunjukkan pada sifat luarbiasa yang dimiliki oleh komunikator yang menarik dan bisa mengendalikan komunikate.

Hovland bersama dengan Janis, dan Kelly mengemukakan sebuah teori yang diberi nama *Source Credibility* dalam bukunya yang berjudul *Communication and Persuasion* (1953) menyatakan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah dipersuasi jika sumber-sumber persuasinya cukup kredibel. Kita biasanya akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan pesan-pesan yang disampaikan oleh orang yang memiliki kredibilitas di bidangnya.

Sumber dengan kredibilitas tinggi memiliki dampak besar terhadap opini audiens dari pada sumber dengan kredibilitas rendah. Sumber yang memiliki kredibilitas tinggi lebih banyak menghasilkan perubahan sikap dibandingkan dengan sumber yang memiliki kredibilitas rendah.

Hovland menggambarkan peranan kredibilitas dalam proses penerimaan pesan dengan mengemukakan bahwa para ahli akan lebih persuasif dibandingkan dengan bukan ahli. Suatu pesan persuasif akan lebih efektif apabila kita mengetahui bahwa penyampai pesan adalah orang yang ahli di bidangnya (Azwar, 2011: 64-65).

Dalam buku *Manajemen Kampanye : Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi* (Venus, 2009:57) Hovland menemukan tiga aspek yang memengaruhi kredibilitas sumber, yaitu keterpercayaan (*trustworthiness*), keahlian (*expertise*), dan daya tarik (*attractiveness*).

Penemu teori lainnya tentang kredibilitas yaitu Tubb dan moss, menurut mereka berdua kredibilitas adalah kesediaan kita untuk mempercayai sesuai yang dikatakan dan dilakukan seseorang. Kredibilitas merupakan penilaian paling



penting dalam penilaian kita terhadap seorang pembicara (Tubbs, Stewart dan Moss:2000).

Tubb dan Moss berpendapat bahwa kredibilitas komunikator terdiri dari gabungan daya tarik, kepercayaan, keahlian dan kesukaan. Kredibilitas mempengaruhi penerimaan komunikasi terhadap seorang komunikator dan pesan. Seorang komunikator yang kredibel dapat dipercaya. Daya tarik (*attractiveness*) memiliki dua bentuk yaitu fisik dan kepribadian. Daya tarik fisik biasanya merupakan sebuah aset penting bagi seorang komunikator. Karena di dalam komunikasi, daya tarik fisik merupakan komunikasi non-verbal seorang komunikator.

Beberapa teori yang telah disampaikan diatas menurut para ahli komunikasi perlu di relevansikan dengan penelitian yang akan dilakukan yang kebetulan fokus penelitian ini mengenai kebijakan yang diambil *Detikcom* dalam menentukan narasumbernya berdasarkan komponen kredibilitas yang telah di tuliskan diatas. Maka dari itu, dimensi kredibilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori gabungan dari pendapat Koehler dalam bukunya *Psikologi Komunikasi* (Jalaludin,1998:257) dan juga komponen kredibilitas yang di sampaikan oleh Jalaludin tentang keahlian dan kepercayaan.

Penjelasan lebih rinci mengenai dimensi atau komponen kredibilitas yang digunakan dalam penelitian "*Kebijakan Redaksional Detikcom dalam Menentukan Kredibilitas Narasumber dari Akun Twitter pada Pesan Berita Online*" ini adalah :

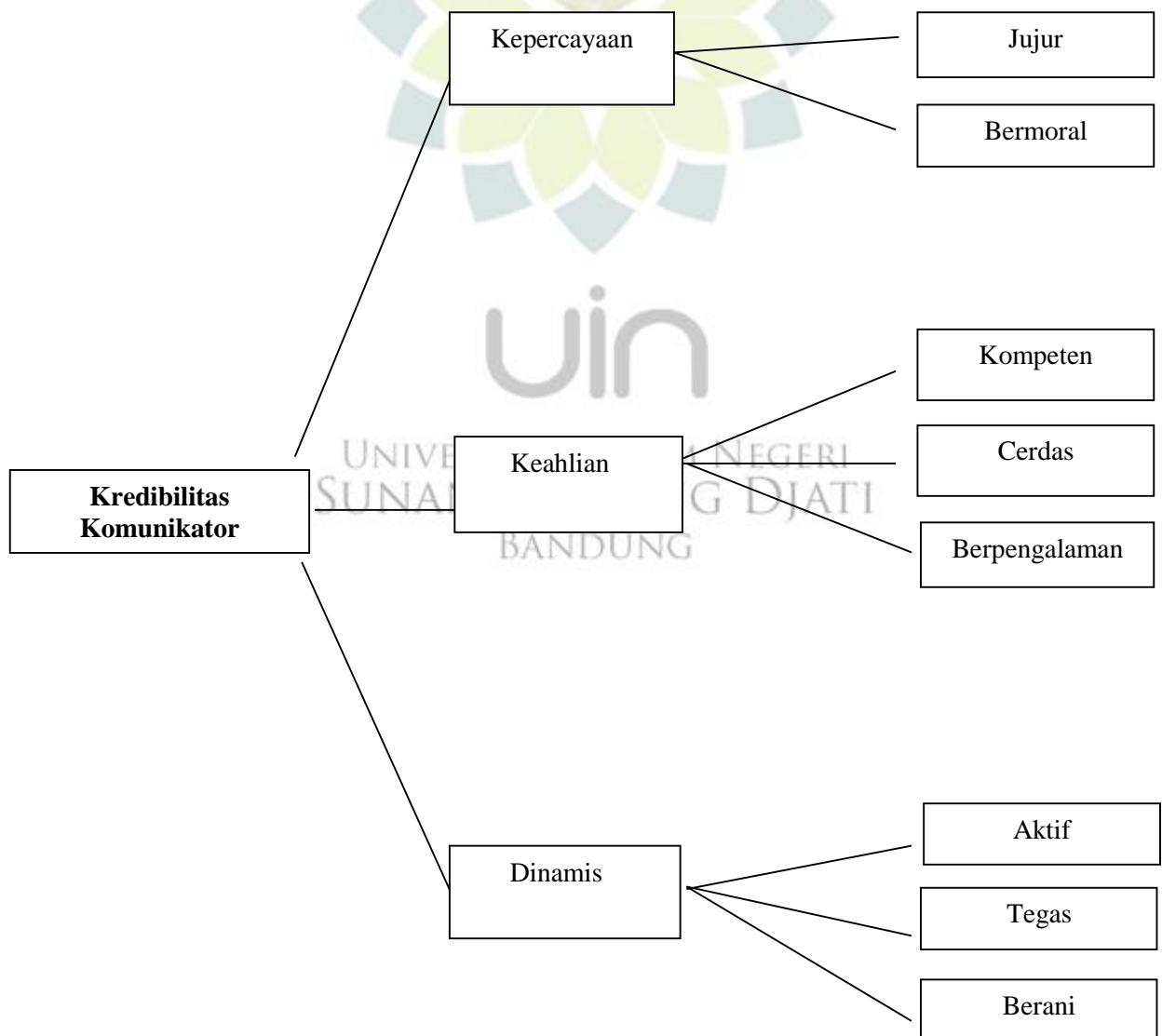
- a. Kepercayaan  
Kepercayaan adalah kesan komunikate tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya, seperti jujur dan bermoral.
- b. Keahlian

Keahlian adalah kesan yang dibentuk oleh komunikate tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dalam topik yang dibicarakan. Komunikator dinilai ceras, berpengalaman dan kompeten.

c. Kedinamisan

Kedinamisan, komunikator memiliki dinamisme bila it dipandang aktif, tegas, dan berani (Jalaludin, 1998:260).

Berdasarkan konsep kredibilitas komunikator di atas yang menggabungkan konsep dari Jalaludin dan Koehler yang masih terdapat dalam buku *Psikologi Komunikasi* (Jalaludin, 1998:257) secara sederhana bila di gambarkan dalam sebuah bagan di bawah ini :



**Bagan 1 Modifikasi dari Konsep Kredibilitas Komunikator**

## 2) **Kebijakan Redaksional**

Menurut KBBI kebijakan adalah kepandaian, kemahiran dan kebijaksanaan. Sedangkan menurut istilah kebijakan adalah rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis besar dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan dan cara bertindak .

Sedangkan redaksional merupakan istilah dari sisi ideal penerbitan pers yang menjalankan visi, misi atau idealisme media yang mengurus tentang pemberitaan mulai dari peliputan, penulisan hingga penyuntingan berita (Septiawan Santana, 2005 :188). Sedangkan menurut Ensiklopedia Pers Indonesia kata redaksional juga dimaknai sebagai penyusunan kata kata dalam suatu kalimat yang dibuat sedemikian rupa sehingga menimbulkan ketertarikan pembaca.

Menurut Skema *Hierarchy of Influence* dalam buku *Mediating The Message : Theories of Influence on Mass Media Content* yang ditulis oleh Pamela Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996), mengatakan bahwa terdapat lima faktor yang mempengaruhi isi media. Kelima faktor tersebut adalah individu, rutinitas media, organisasi, ekstramedia dan ideologi (J. Severin dan Tankard, 2007:226).

## **G. Landasan Konsep**

### **1. Berita**

Berita Menurut Djafar H. Assegaff adalah laporan tentang fakta atau ide yang termassa, yang dipilih oleh staff redaksi suatu harian untuk disiarkan, dapat menarik perhatian pembaca, karena luar biasa, penting atau akibatnya, karena ia mencakup segi-segi *human interest* seperti humor, emosi, dan ketegangan (Djafar Assegaf, 1998: 54).

Definisi lain dari berita, menurut Doug Newson dan James A. Wollert dalam *Media Writing : News for the Mass Media* (1985:11) mengemukakan dalam definisi sederhana, berita

adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat (Sumadiria, 2005:64).

Berita dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu berita berat (*Hard News*) dan berita ringan (*Soft News*). Selain itu, berita juga dapat dibedakan menurut lokasi peristiwanya, di tempat terbuka atau di tempat tertutup. Sedangkan berdasarkan sifatnya, berita bisa dipilah menjadi berita diduga dan berita tak diduga. Selebihnya, berita juga bisa dilihat menurut materi isinya yang beraneka macam.

## 2. **Jurnalistik Online**

Pavlik J, menyebutkan jurnalistik *Online* sebagai “*contextualized Journalism*”, atau jurnalistik kontekstual, karena menginterasikan tiga fitur komunikasi yang unik : kemampuan-kemampuan multimedia berdasarkan *platform* digital, kualitas-kualitas interaktif komunikasi-komunikasi *Online* dan fitur-fitur ditatanya (*costumizable features*) (Kusumaningrat, 2006 :15).

Menurut pakar jurnalistik *Online* Romli, adalah proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya lewat *website*. Sedangkan menurut kamus bebas wikipedia jurnalistik *Online* adalah pelaporan fakta yang di produksi dan disebarluaskan melalui internet ([www.romelteamedia.com](http://www.romelteamedia.com) di akses pada 28 April 2015).

## 3. **Narasumber**

Narasumber yang baik adalah seseorang yang berpengetahuan dalam sesuatu bidang dan yang memiliki perasan tajam yang sama dengan wartawan tentang perlunya publik mengetahui apa yang sedang terjadi sebenarnya. Setiap narasumber pasti memiliki motif dalam memberikan informasi kepada wartawan. Ada beberapa kriteria yang harus dimiliki oleh seorang narasumber didalam buku *Jurnalistik Praktis untuk Pemula* (Romli, 2003:37) diantaranya : Kredibel, tajam dan analitis, kaya data dan info mutakhir, berani berbicara apa

adanya, berpikir runut, berwawasan luas, bukan jago kandang, konsisten, gampang dihubungi dan paham dunia jurnalistik.

#### **4. Twitter**

*Twitter* adalah mikroblog dengan karakter tulisan pendek (140 kata) yang sangat digandrungi di Indonesia. Perkembangan pengguna *Twitter* pada tahun 2012 memiliki banyak peningkatan, tidak kalah dengan jejaring sosial lainnya seperti *facebook* ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com) diakses pada 11 November 2014).

*Twitter* didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Sejak diluncurkan, *Twitter* telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di Internet, dan dijuluki dengan "pesan singkat dari Internet." ([wikipedia.com](http://wikipedia.com) diakses 30 November 2014).

Pengguna akun *Twitter* saat ini di seluruh dunia mencapai angka 383 juta akun. Mungkin ini tak semarak seperti jejaring sosial *facebook* namun *Twitter* sudah menunjukkan peningkatan penggunaannya dari tahun ke tahun. (<http://atautauwww.fanspageid.comatau2012atau12ataujumlahpenggunaTwitterdiindonesiatahun2012.html> diakses pada tanggal 20 November 2014)

Pada saat ini pengguna *Twitter* di Indonesia tahun 2012 ada sekitar 19,5 juta akun yang aktif yang digunakan oleh semua kalangan. Untuk peringkat pertama pengguna *Twitter* terbanyak diseluruh dunia ditempati oleh negara Amerika Serikat dengan jumlah pengguna akun *Twitter* sekitar 107 juta pengguna, kemudian diurutan kedua ada negara Brasil yang mampu memiliki akun *Twitter* hingga 33 juta pengguna, dan selanjutnya diposisi ketiga ada Jepang yang memiliki angka pengguna *Twitter* hingga 24 juta pengguna.

## **H. Prosedur Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleng, 1994:3) yaitu "Prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati". Dengan metode deskriptif kualitatif ini di harapkan

bisa menggambarkan kebijakan *Detikcom* dalam menentukan narasumber dari akun *Twitter* sebagai pesan berita *Online*. Menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya "Metode Penelitian Komunikasi" mengatakan bahwa :

"Metode deskriptif, yaitu dengan cara mempelajari masalah-masalah dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat, serta situasi-situasi tertentu dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan fenomena secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat" (Rakhmat, 1997:22).

## 2. Jenis dan Sumber Data

Sebagaimana telah di sampaikan diatas, bahwa pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Sehingga jenis data yang dibutuhkan adalah data primer dan sekunder. Berikut penjelasannya dibawah ini.

### a) Data Primer

Sumber data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu hasil wawancara berupa rekaman audio untuk mengambil keterangan sebanyak-banyaknya kepada informan. Diantaranya informan yang peneliti rencanakan adalah, Pimpinan Redaksi *Detikcom*, Redaksi Pelaksana dan Wartawan dilapangan.

### b) Data Sekunder

Data sekunder yang dapat menambah referensi yang relevan dalam penelitian ini adalah berupa sumber tertulis yang diambil dari berita *Onlinennya Detikcom*, buku-buku ilmu komunikasi khususnya yang membahas mengenai media massa digital, *website* resmi dan juga jurnal-jurnal yang masih ada kaitannya dengan penelitian ini. Tidak hanya itu, sumber data sekunder lainnya yang bisa didapatkan dilapangan juga berupa dokumen pribadi berupa foto serta dokumen resmi berupa *Profile Company* dari *Detikcom*.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian. Seperti yang sudah dipaparkan dalam sumber data, bahwa data yang diperoleh bisa berupa

rekaman suara, sumber data tulisan, dan juga dokumen pribadi dan resmi. Maka dari itu teknik pengumpulannya berupa :

a) Wawancara

Data akan dikumpulkan oleh melalui proses wawancara yang mendalam pada setiap subjek penelitian. Wawancara ini merupakan wawancara tatap muka antara peneliti dengan responden, dengan teknik wawancara mendalam. Wawancara ini dilakukan pada beberapa pihak yang dianggap dapat memberikan jawaban yang lengkap dan mewakili, yakni Pemred, Redaksi Pelaksana dan Reporter *Detikcom*. Pertanyaan yang akan diberikan peneliti kepada informan adalah pertanyaan terbuka, dengan tujuan agar dapat mengetahui dengan tepat jawaban yang diberikan informan dengan tidak membatasi pilihan jawaban sehingga mereka bisa menjawab secara bebas. Adapun jika jawaban kurang jelas, maka peneliti akan meminta informan untuk lebih memperjelas jawabannya agar tidak terjadi kesalahan dalam menginterpretasikan jawaban informan.

b) Observasi dan Studi Dokumentasi

Ketika dilapangan nanti, peneliti bisa mendapatkan sumber data yang berlimpah ketika melakukan proses obeservasi atau pengamatan subjek penelitian. Data lainnya yang diperlukan bisa menjadi pelengkap diantaranya berupa profil perusahaan (*Profile Company*), dokumentasi teks berita yang dari akun *Twitter* dalam bentuk *screen shoot*, buku, dan media masa elektronik, bahkan dokumentasi dari kegiatan jurnalistik media *Online Detikcom* nya.

#### 4. Analisis Data

Setelah melakukan proses dalam teknik pengumpulan data, maka data-data yang diperoleh baik melalui pengamatan dilapangan maupun dengan wawancara langsung. Kemudian data-data tersebut diolah, dijabarkan secara apa adanya yang selanjutnya dianalisis agar hasil penelitian sesuai dengan yang diharapkan. Untuk bisa merumuskan kesimpulan

maka perlu dilakukan langkah penelitian. Dalam hal ini penulis mengikuti langkah penelitian menurut Milles dan Huberman.

Adapun secara sederhana langkah teknik analisis data tersebut adalah sebagai berikut :

- a) Deskripsi, peneliti akan mendeskripsikan tentang kebijakan yang diambil *Detikcom* dalam penentuan Narasumber dari akun *Twitter* sebagai pesan berita *Online* secara detail. Dalam hal ini mendeskripsikan mengenai proses pengutipan berita, kebijakan redaksi, sumber berita, dan prinsip kerja *Detikcom* dalam pemberitaan yang narasumbernya berasal dari akun *Twitter*.
- b) Klasifikasi, peneliti mencari sekumpulan data yang saling berkaitan dan memiliki isu yang relevan. Dalam hal ini, peneliti melakukan pemilihan-pemilihan data yang dianggap sesuai dengan fokus penelitian. Prosesnya dengan cara mereduksi data, dimana hanya data-data yang mendukung fokus penelitian yang di gunakan.
- c) Interpretasi. Penelitian melakukan interpretasi data, yaitu dengan menginterpretasikan data yang didapatkan dari informan terhadap masalah penelitian.
- d) Representasi hasil. Dilakukan berdasarkan susunan narasi yang tersusun pada tahap interpretasi, sehingga dapat memberikan jawaban atas masalah penelitian.

## 5. Otentisitas Data

Kriteria ini mengacu pada otentisitas atau keaslian penelitian dengan harapan temuan penelitian benar-benar merupakan refleksi otentik dari subyek penelitian. Untuk menghindari kemungkinan ketidakakuratan pada data, teknik yang digunakan dalam memeriksa data adalah dengan triangulasi. triangulasi dilakukan untuk mengonfirmasi data yang diperoleh peneliti sehingga menjaga atau meningkatkan kepercayaan temuan penelitian (mulyana, 2002:189).

Triangulasi merupakan suatu cara yang dilakukan peneliti untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu kejadian dan hubungan dari berbagai padnagan. Dengan menggunakan triangulasi, dapat mengecek ulang



temuannya dengan cara membandingkan antara temuan di lapangan dengan berbagai sumber, metode atau teori (Moleong, 2007 :332). Perbandingan yang dilakukan peneliti terhadap data dengan menggunakan berbagai sumber metode, dan teori dapat membantu peneliti dalam menemukan data yang akurat, tepat, sesuai dengan apa yang diteliti dan kenyataannya.

## 6. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap portal berita *Online Detikcom* yang beralamat di Gd. Aldaveco Octagon Building - Lantai 2 Jl. Warung Buncit Raya No 75 Jakarta Selatan 12470. Akan banyak data yang ditemukan jika penelitian ini dilaksanakan disana, karena *Detikcom* merupakan portal berita *Online* pertama di Indonesia dengan *Page view* me juta per harinya. Sekarang *Detikcom* menempati posisi ke empat tertinggi dari [alexacom](http://www.alexacom) untuk seluruh kontent di Indonesia (<http://atauataudigilib.unila.ac.id>. Diakses pada Senin 08 Desember 2014).

*Detikcom* juga merupakan situs berita di Indonesia yang terdepan dalam hal berita-berita baru (*breaking news*) selain itu portal berita yang paling banyak diakses oleh orang di Indonesia. Setiap rubrik berita di *Detikcom* memiliki akun *Twitter* sendiri sehingga memungkinkan untuk bisa berinteraksi dengan penggunanya sehingga ada sekitar 2 Juta orang yang mengakses *Detikcom* melalui jejaring *Twitter*.