

Analisis Isi Berita Media Online Radar Bogor terhadap Kepercayaan Pembaca

Eli Yani

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam,
Universitas Ibn Khaldun Bogor

Korespondensi penulis: eliyaniandespa27@gmail.com

Abstract. *Online mass media is one of the preferred sources of information because of its speed in conveying information. Despite its advantages, issues have emerged about the lack of credibility of online news due to the news being presented concisely and not providing perspective. Readers do not get actual information because the title and content of the news in the news script presented in online media do not match. This research will analyze the news content presented by the online mass media Radar Bogor to determine the extent to which this media provides news content that is trusted as a source of information using qualitative methods. Radar Bogor media news content analysis will be carried out by selecting 10 news stories published on Radar Bogor's Instagram feed for the period May 2021-June 2021 regarding information on cross-border bans during the Covid-19 pandemic situation. Based on the analysis carried out, news values (characters, closeness, interesting, actual, impact) influence the level of reader trust in the news presented, readers do not like inappropriate headlines and news content.*

Keywords: *Reader Trust, Online Media, News Value, News Structure, Radar Bogor*

Abstrak. Media massa online menjadi salah satu pilihan sumber informasi karena karakter kecepatannya dalam menyampaikan informasi. Dibalik keunggulannya, bermunculan isu kurang kredibilitasnya berita online yang disebabkan berita yang disajikan ringkas dan kurang memberikan perspektif. Pembaca tidak mendapatkan informasi yang sebenarnya dikarenakan tidak sesuai judul dan isi berita dalam naskah berita yang disajikan di media online. Penelitian ini akan menganalisis isi berita yang disajikan media massa online Radar Bogor untuk mengetahui sejauh mana media ini menyediakan konten berita yang dipercayai sebagai sumber informasi dengan menggunakan metode kualitatif. Analisis konten berita media Radar Bogor akan dilakukan dengan cara memilih 10 berita yang diterbitkan pada *feed* instagram Radar Bogor periode Mei 2021-Juni 2021 seputar informasi pelarangan lintas negeri sepanjang situasi pandemi covid-19. Berdasarkan analisis yang dilakukan bahwa nilai berita (tokoh, kedekatan, menarik, aktual, dampak) mempengaruhi tingkat kepercayaan pembaca terhadap berita yang disajikan, pembaca tidak menyukai judul dan isi berita yang tidak sesuai.

Kata kunci: Kepercayaan Pembaca, Media Online, Nilai Berita, Struktur Berita, Radar Bogor

PENDAHULUAN

Saat ini media massa online menjadi sumber informasi pilihan setelah elektronik dan cetak karena dikenal dengan kecepatannya dalam menyampaikan informasi. Tidak menunggu sehari agar beritanya bisa dikonsumsi pembaca. Beberapa menit setelah peristiwa berlangsung, publik sudah bisa melihat beritanya dengan hanya bermodal internet. Ditengah keunggulannya, berita media massa online dikenal dengan kurang kredibilitasnya dalam menyampaikan informasi. (Praptika Handiyani A. H., 2017)

Salahsatu faktornya adalah maraknya berita bohong atau hoax. Berdasarkan data Edelman Trust Barometer Report Tahun 2018 mengatakan kepercayaan publik pada platform media online menurun. Sehingga publik mulai merasa jenuh dengan maraknya informasi yang ada pada pemberitaan online dan mencari sumber informasi dari media yang dapat dipercaya.

(Dwi AJeng Widarini, 2019). Artinya publik semakin selektif dan lebih memilih informasi pada media arus utama yang lebih dipercaya kebenaran beritanya.

Percepatan dalam penyampaian informasi membuat media arus utama juga mengalami tantangan dalam menyajikan informasi yang akurat. Seringkali situs pemberitaan yang ada menyajikan informasi yang tidak sebenarnya karena tidak sesuai judul dan isi berita atau tidak terpenuhi kaedah jurnalistik dalam naskah berita yang disajikan di media online (Eric, 2019). Januari 2013, stasiun di Indonesia yaitu TV Indosiar, I-news, TV One mendapatkan sanksi dari KPI karena melanggar P3 dan SPS karena tayangan berita yang tidak akurat dan menampilkan visualisasi yang tidak layak. (Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Lagi, KPI Beri Sanksi 4 Stasiun TV akibat Berita "Hoax" dan Visual Tidak). Salahsatu unsur yang menyebabkan media arus utama yang ikut menyebarkan berita hoax karena mengejar kecepatan berita dan kurangnya check dan ricek jurnalis terhadap berita yang dibuatnya.

Kepercayaan publik terhadap pemberitaan suatu media menjadi suatu hal yang sangat diperhatikan. Hilangnya kepercayaan publik berpotensi media itu ditinggalkan pembaca yang mempengaruhi perkembangan mediana. Hal itulah yang melatabelakangi saya dalam menulis judul penelitian yaitu Analisis Isi Berita Media Massa Online terhadap Kepercayaan Masyarakat Kota Bogor.

Penelitian terdahulu yang relevan menyangkut kredibilitas/kepercayaan terhadap pemberitaan salahsatunya pada jurnal penelitian yang ditulis oleh Praptika Handiyani dan Anang Hermawan yang berjudul, Kredibilitas Pemberitaan Media Online dalam Pemberitaan Bom Sarinah Tahun 2016. Tujuan penelitiannya untuk memberikan gambaran kepada masyarakat terkait kredibilitas yang berita yang disiarkan di media detik.com dan kompas.com dalam insiden bom sarinah periode 14 januari hingga 14 februari 2016. Menggunakan analisis kuantitatif dengan melihat dimensi faktualitas dan keteidakberpihakan melalui 6 aspek diantaranya: kelengkapan, *news value*, *balance*, *neutrality*, *factualness*, *accuracy*. Berdasarkan kategori tersebut penelitian ini menemukan nilai kredibilitas portal kompas.com lebih tinggi daripada detik.com diberita Bom Sarinah pada periode tersebut. (Praptika Handiyani, 2017)

Peneliti membatasi penelitian pada kepercayaan pembaca terhadap berita terkait isu sosial seputar pelarangan mudik pada berita yang diupload Harian Radar Bogor di akun instagramnya. Media Radar Bogor adalah media cetak lokal yang ada di Indonesia dan juga mempunyai media online yang merupakan media yang eksis di Kota maupun Kabupaten Bogor (Sebuah kota yang berada di Indonesia). Penelitian ini bertujuan memahami isi berita yang menarik kepercayaan pembaca.

KAJIAN PUSTAKA

Berita

Berita adalah produk jurnalistik yang mengalami beberapa proses hingga diterbitkan, yang merupakan sajian utama media massa selain opini yang merupakan tugas pokok wartawan. Banyak pakar komunikasi menekankan pengertian berita dari unsur-unsur yang dikandung oleh berita. Seperti yang dikatakan Notchlife yang menjelaskan pengertian berita dari unsur keunikan atau keanehan yang menarik rasa ingin tahu dan penasaran (*curiously*) yang mengatakan ‘jika anjing menggigit orang itu bukanlah berita tetapi jika orang yang menggigit anjing itulah berita (Romli,2014).

Menurut Freda Moris dari stasiun TV NBC *News is the immediate, the important, the think that have impact on our live* (berita adalah hal yang segera atau penting yang memiliki efek atau dampak pada hidup kita) (Boyd, 2001). Menurut Arthur McEwen *News is anything that makes a readers say ‘Gee Whiz’* (berita adalah segala hal yang membuat pembaca berkata ‘astaga!’). Michthel V. Chamley menjelaskan lebih lengkap pengertian berita ialah laporan tercepat dari sebuah peristiwa atau kejadian yang faktual, penting dan menarik perhatian banyak pembaca dan menyangkut kepentingan mereka(Romli,2014:5). Untuk itu, tidak semua peristiwa dapat dijadikan berita tetapi harus memiliki unsur-unsur berita dan mempunyai nilai berita (*news value*).(Romli,2014:6-7)

Pada umumnya berita mempunyai beberapa unsur yaitu 5W+ 1 H yaitu What, Who, When, Where. Why, dan How. Kelima unsur inilah yang mengisi struktur berita. Adapun jenis-jenis berita secara umum diantaranya: **Berita langsung atau straight news** merupakan berita yang ditulis secara lugas, dan lebih ringkas yang aktual, menarik untuk diberitakan.(Morissan, 2008); **Opinion News** (laporan mengenai pendapat narasumber terhadap suatu hal, ide, pemikiran atau pendapatnya terhadap sesuatu yang penting contohnya pendapat seorang pengamat politik terhadap perpolitikan Indonesia saat ini); **Berita interpretasi** (merupakan perkembangan dari straight news, artinya ada penambahan informasi sehingga datanya lebih lengkap); **Depth News** (berita mendalam, maksudnya berita yang dikembangkan dengan pendalaman yang ada dipermukaan yang menekankan unsur berita why, how dan so what), tujuannya mengangkat masalah secara mendalam contohnya banjir yang selalu menggenangi Ibukota saat musim hujan; **Investigasi News** merupakan berita yang dikembangkan melalui penyelidikan dan penelitian dari berbagai sumber informasi. Mengalami proses yang lebih panjang dan kaya akan sumber berita, observasi, riset mendalam dan dokumen-dokumen dan data penting lainnya (Kusumaningrat, 2006).

Tidak semua peristiwa atau kejadian bisa dijadikan berita. Untuk itu berita harus mempunyai nilai (news value) sebagai patokan kejadian tersebut bisa diangkat menjadi berita. Berikut beberapa nilai berita:

1. Aktualitas: terbaru, hangat, terkini. Maknanya berita yang disajikan tidaklah berita lama/basi. Jika yang diberitakan peristiwa sebulan yang lalu, publik tidak akan tertarik lagi. (Abdullah, 2000, p. 54)
2. Nyata (Faktual): Sesuatu yang diberitakan benar-benar ada, bukan ngada-ngada atau imajinasi atau karangan dari wartawan. Fakta dalam dunia jurnalistik terdiri dari kejadian sesungguhnya (real event), pendapat (opinion), dan pernyataan (statement).
3. Kedekatan (Proximity) maksudnya kedekatan disini bisa berarti kedekatan geografis maupun secara emosional. Contohnya berita tentang banjir di Bogor, masyarakat bogor akan merasa lebih tersentuh daripada masyarakat Bekasi.
4. Penting, artinya menyangkut kepentingan orang banyak sehingga menarik perhatian khalayak. Contohnya: kenaikan harga sembako, BBM, dan sebagainya
5. Tokoh: Artinya yang diberitakan tersebut menyangkut tokoh penting. Contohnya pejabat pemerintahan, cendekiawan, artis, atlet, dan sebagainya. Contohnya ada Banjir di Jakarta yang hampir menghanyutkan salah seorang wanita parubaya tapi masih bisa diselamatkan. Itu belum bisa diangkat jadi berita. Tetapi saat presiden Jokowi meninjau lokasi banjir dan ujung celananya terkena percikan air maka akan menjadi berita.
6. Magnitude (Dampak yang ditimbulkan). Kejadian yang mengakibatkan dampak yang lebih serius seperti kecelakaan lalu lintas yang memakan 10 korban jiwa.
7. Menarik, artinya peristiwa yang diberitakan mempunyai keunikan yang berbeda dari kejadian biasanya, mengandung keganjilan atau keanehan, biasanya menyentuh emosional pembaca. Contohnya seorang mahasiswa menemukan obat pembasmi covid 19.

Berita terdiri dari bagian judul (head), Teras berita (lead), kemudian isi berita (Body) dan penutup (Kurnia, 2004). Kemudian pada umumnya ditulis dengan menggunakan struktur piramida terbalik yaitu teknik penulisan berita yang dimulai dengan kalimat yang paling penting menuju yang kurang penting. Hal ini untuk menarik perhatian pembaca untuk mengetahui informasi yang lebih inti (Muda, 2005).

Media Massa Online

Media massa online adalah media yang menggunakan koneksi internet yang disajikan informasi secara online disitus-situs yang ada. Media ini menjadi pilihan masyarakat setelah cetak maupun elektronik. Media online ini merupakan media baru (new media) dengan cara

penyampaian informasinya berbeda dengan media konvensional (cetak, elektronik) yaitu dengan menggunakan internet untuk mencari dan menerima informasi. Menurut Ashadi Siregar media online adalah media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Didalamnya terdapat portal berita, website, mail online, radio online, pers online, media sosial dengan karakter masing-masing (Kurniawan,2005).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang bersifat naturalistik karena penelitiannya dilakukan secara alamiah (*natural setting*). (Muhyani, 2019, p. 213). Sumber data yang digunakan adalah yang diterbitkan pada periode Mei 2021-Juni 2021 seputar informasi pelarangan lintas negeri sepanjang situasi pandemi covid-19.

Penelitian ini menggunakan teknis analisis data dengan langkah penelitian Miles dan Hiberman, yaitu 1) Reduksi data yaitu analisis yang mempertajam dan menyortir data dengan mengambil hal-hal yang diperlukan dan membuang data yang tidak perlu.2) Penyajian data, biasanya menggunakan teks yang bersifat naratif. 3) Verifikasi, yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi, kesimpulan yang awal yang masih dikemukakan masih samar dan bersifat sementara, setelah didukung dengan data-data yang valid dan konsisten, maka akan diperoleh kesimpulan yang kredibel (Helmy,2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada media sosial khususnya instagram merupakan wadah penyampai informasi dengan konten foto yang mendominasi dan juga berisikan caption/penjelasan dari foto tersebut menggunakan jaringan internet (Kurnia,2018). Menurut Atmoko:2015 instagram mempunyai fitur-fitur seperti beranda, komentar, news feeds (tampilan dari berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna instagram), explore.

Berita seputar pelarangan mudik yang terbit pada Mei-April 2021 pada feed instagram @radar_bogor mencakup ± 25 berita terkait pelarangan lintas mudik, dengan 10 diantaranya yang mengundang like dan komentar terbanyak, berikut ini:

1. Mudik Langsung di Isolasi di Megamendung, Surat rapid test tidak berlaku lagi (dipublish 4 Mei 2021). Terdapat 174 Komentar
2. Larangan Mudik dimulai, ini titik penyekatannya di Kota Bogor (dipublish 6 Mei 2021). Terdapat 86 komentar

3. 5 Jam Operasi Hari Pertama Penyekatan Mudik, 725 Kendaraan Diputar Balik (dipublish 6 mei). Terdapat 49 komentar
4. Mudik Lokal Jabodetabek kini dilarang, dianggap plin plan (dipublish 7 mei 2021). Terdapat 967 komentar
5. Mudik Lokal dilarang, bima Arya bilang begini (dipublish 7 Mei 2021). Terdapat 306 komentar
6. Nekat, Sekeluarga mudik jalan kaki gendong bayi dari bandung ke Ciawi (dipublish 8 Mei 2021). Terdapat 168 komentar
7. Waduh, 4.123 pemudik positif covid 19 (dipublish 11 Mei 2021). Terdapat 678 komentar
8. Mau Ke Puncak harus Plat F, selain itu diputar balik (Dipublish 14 Mei 2021). Terdapat 465 komentar
9. Penyekatan (dipublish 14 Mei 2021). Terdapat 665 komentar
10. KTP Bogor dilarang masuk puncak. Kecuali dua kecamatan ini. 368 komentar

Wartawan sebelum mengangkat sebuah peristiwa atau isu menjadi berita memperhatikan kriteria umum yang disebut news value untuk menentukan mana yang pantas dan lebih baik untuk dijadikan berita. Berikut news value pada table berita seputar larangan mudik diatas.

1. Tokoh: Tokoh atau orang penting salahsatu patokan bagi wartawan dalam mendukung isi beritanya. Orang penting atau ternama ini bisa seorang pejabat tinggi, pakar, ilmuwan terkenal, pengusaha sukses, ternama, atlet, dan sebagainya. Selain aktivitasnya yang dianggap memiliki nilai jurnalistik, ucapan dan opininya terkadang menjadi judul berita utama. Pernyataan yang dilontarkan langsung oleh Bima Arya Walikota Bogor mengundang 306 komentar dengan judul berita ‘Mudik Lokal dilarang, Bima Arya Bilang Begini’. Berita ini mengundang kritikan dari masyarakat kepada Pemerintah dan terutama kepada Bima Arya terhadap adanya kebijakan larangan mudik. Begitupun dengan statement yang dilontarkan Ade Yasin Bupati Bogor dalam judul Mudik Langsung di Isolasi di Megamendung, Surat rapid test tak berlaku’ menuai kritikan tidak sedap langsung terhadap Ade Yasin dan kebijakan pemerintah kabupaten Bogor.
2. Proximity(kedekatan),Nilai berita proximity berupa wartawan memperhatikan kedekatan emosional ataupun geografis masyarakat terhadap berita tersebut seperti berita yang berjudul “Mau Ke Puncak harus Plat f, selain itu diputar balik”, mengundang ratusan komentar. Hal ini disebabkan berita tersebut mengandung unsur proximity bagi warga yang sering ke Puncak dan waktu publishing berita bertepatan

dengan momentum setelah lebaran iduk fitri umat Islam tepatnya 14 Mei 2021. Tepatnya puncak menjadi objek wisata pilihan masyarakat daerah sekitar Bogor. Nilai kedekatan ini tergambar pada komentar dan sekaligus kritikan terkait kebijakan Kabupaten Bogor terkait pemutaran arus Balik terhadap plat F ini salahsatunya akun @opi_Nasution_dalimunte ‘nanti dibales sama DKI, plat F gak boleh masuk....yang susah rakyat, jangan pilih pemimpin kayak gini”

3. Menarik: Unsur ini mengundang rasa humanitik atau berbeda dari biasanya yang mengundang emosional pembaca. Pada berita yang berjudul ‘Nekat, sekeluarga mudik jalan kaki gendong bayi dari bandung ke Ciawi’ menuai komentar iba/sedih terhadap warga yang berjalan kaki mudik kekampungnya didukung dengan foto yang sesuai yakni seorang ibu menggendong bayi dan bersama keluarganya yang lain.
4. Berdampak: Berita yang ditulis berdampak terhadap orang banyak. Adanya kebijakan pemerintah yang diberitakan Radar Bogor pada judul berita “KTP Bogor dilarang masuk puncak. Kecuali dua kecamatan ini” lagi-lagi menuai banyak komentar tidak sedap warga yang ber KTP Bogor.

News value diatas paling mendominasi pada pemberitaan Radar Bogor. Selain news value wartawan juga harus memperhatikan struktur berita baik itu judul (head), teras berita (lead), isi berita (body)penutup. Ketidaksesuaian judul dengan isi berita menyebabkan berkurangnya kepercayaan masyarakat kepada media tersebut. Pada judul berita ‘Waduh, 4.123 pemudik positif covid 19’ terjadi ketidaksesuaian antara judul dan isi berita. Judul berita yang menyatakan bayaknya pemudik yang positif tidak sesuai dengan pernyataan narasumber pada isi beritanya ‘pemerintah telah melakukan tes acak sebanyak 6.742 orang di jalur mudik’. Berikut beberapa komentar yang menunjukkan citra negatif terhadap berita tersebut“@ian_28 “Beritanya cuma sekat sana sini, ga da tes sana sini. Knp tiba2 muncul berita positif”, @recirihesa “Un follow radar bogor”, @wakhid_beda sama juga ternyata radar bogor sama kaya media lainnya” (source: ig @radar_bogor)

Unsur berita berupa 5W 1 H sudah tergambar pada berita yang ditulis oleh Radar Bogor. Tapi pada caption yang dibuat unsur HOW dan WHY tidak terlalu ditekankan, hal ini disebabkan berita lengkapnya sudah dicantumkan pada link website dan hanya berupa keterangan pada caption. Namun, feed ig didukung dengan video yang menjelaskan situasi yang ada. Contohnya pada judul berita ‘Penyekatan’ yang hanya terdiri satu paragraf caption yang captionnya tidak mengandung unsur how, dan why. Namun video sudah menjelaskan unsur How yang didukung dengan narasumber yaitu kepolisian dan warga yang sedang ‘cekcok’ yang mengundang 665 komentar.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan kepercayaan pembaca pada isi berita pada media online yang ada pada berita radar bogor dikarenakan kesesuaian antara judul berita dan isi berita atau lengkapnya unsur 5W 1 H. Serta berita yang disajikan berdasarkan nilai-nilai berita, membuat pembaca percaya akan berita tersebut seperti nilai tokoh pada berita, hal ini dibuktikan dengan sejumlah komentar yang fokus terhadap kebijakan yang disampaikan konten berita tersebut. Kepercayaan pembaca pada media ini membuat kritikan pada tokoh terhadap kebijakan yang dibuatnya. Selain itu, berita yang mengandung nilai berita ‘menarik/unik’ akan menambah kepercayaan masyarakat pada berita karena memunculkan nilai humastik pembaca terhadap konten berita tersebut. Nilai proximity menambah daya tarik atau kepercayaan masyarakat terhadap pemberitaan karena adanya kedekatan geografis maupun kedekatan emosional pembaca terhadap konten pemberitaan.

REFERENSI

- Abdullah, Ajeng. 2000. *Press Relations*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA
- Aunul, Sofia. Beberapa Aspek Penilaian terhadap Program Berita TV. Hal. 4. file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/jurnal2/kualitas%20berita%20iklan%20di%20t v.pdf
- Handiyani, Praptika, Anang Hermawan. 2017. Kredibilitas Portal Berita Online dalam Pemberitaan Peristiwa Bom Sarinah Tahun 2016. *Jurnal Komunikasi*, 12 (1), 51-68.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/05/15/kepercayaan-publik-terhadap-media-sosial-pada-2018-turun>
- <http://repository.uin-suska.ac.id/19838/7/7.%20BAB%20II.pdf>. Diakses 11 Juni 2021
- http://repository.uinjambi.ac.id/3049/1/UJ.%20140099_AHMAD%20KHUDI%20KAMAL_KONSENTRASI%20ILMU%20JURNALISTIK%20-%20win%20aramico.pdf
- Imran, Hasyim Ali. 2012. “Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek Isi Media dan Fenomena Diskursus”, dalam *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol. 16 No. 1 (Januari – Juni 2012).
- Judhita, Christiany. 2013. Akurasi Berita dalam Jurnalisme Online. *Jurnal Pekommas*, 16 (3), 145-154.
- Kebenaran Berita & Kode Etik, Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (1999).
- Kurnia, Neng Dewi, Riche Cyntia Johan, Gema Rullyana. 2018. Hubungan Pemanfaatan Sosial Instagram dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan ITENAS. Vo.8 No.1, 1-17.
- Muhyani. 2019. *Metodologi Penelitian (Cara Mudah Melakukan Penelitian)*. Bogor: UIKA PRESS.
- Rani. 2013. Persepsi Jurnalis dan Praktisi Humas terhadap Nilai Berita. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10 (1), 83-96.

Tabsyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora

Vol.2, No.4 Oktober 2021

e-ISSN: 2964-5468; p-ISSN: 2964-5484, Hal 44-52

Widarini, Dwi Ajeng, Saifullah, Natalina Nilamsari, Fizzy Andriani, Eni KArdi Widayati.
2019. Kepercayaan Publik terhadap Arus Pers Media Utama.
[https://dewanpers.or.id/assets/ebook/jurnal/1912180757_Laporan_Ahir_1_November_2019_Edit\(1\).pdf](https://dewanpers.or.id/assets/ebook/jurnal/1912180757_Laporan_Ahir_1_November_2019_Edit(1).pdf)