

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peradaban masa kini sering disebut sebagai peradaban masyarakat informasi. Informasi menjadi suatu komoditi primer bahkan sumber kekuasaan. Informasi dapat dijadikan alat untuk membentuk opini publik yang dapat mempengaruhi dan mengendalikan pikiran, sikap, dan perilaku manusia. Karena itu tak salah bila Koentjaraningrat mengatakan bahwa, “Komunikasi membuka peradaban manusia”.¹

Tak heran jika sarana atau media informasi terus berkembang begitu pesat demi meraih kepentingan diatas. Bagi khalayak ramai, kehadiran sebuah informasi tentu bisa menjadi sesuatu yang positif namun juga sebaliknya. Informasi terkadang membuat seseorang bergerak secara gegabah tanpa terlebih dahulu melakukan proses penyaringan yang cukup. Persoalannya semakin rumit ketika sebuah informasi atau berita negatif mendapatkan tempat dibenak pembaca, mempengaruhi pola pikir ataupun perilaku mereka. Inilah yang menjadi dasar analisis Noelle-Neumann.

Dalam menjelaskan mengapa media memberikan dampak terhadap opini publik, Noelle-Neumann menjelaskan bahwa media tidak memberikan interpretasi yang luas dan seimbang terhadap peristiwa sehingga masyarakat memiliki pandangan terhadap realitas secara terbatas dan sempit.²

¹ Nuruddin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), Cet.ke-1, h. 48

² Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2013), Cet. Ke-1, h. 530-531

Perkembangan teknologi informasi dewasa ini, memberikan andil yang sangat besar dalam perkembangan dan kemajuan media massa, bukan saja media cetak dan elektronik tetapi juga media online yang biasa disebut dengan media baru.

Pengaruh *the new media* terlihat dari perubahan channel informasi dari media tradisional menjadi *online* media. Selain itu juga munculnya konsep *citizen* media yang mendapat tanggapan skeptis dan optimis dari media cetak dan elektronik, sehingga menyebabkan berubahnya sistem konsumsi masyarakat terhadap media massa. Kemajuan media ini dapat mempermudah kerja para jurnalis dalam menyebarkan beritanya kepada masyarakat, karena berita dapat diakses seketika.

Media *online* merupakan salah satu jenis media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media online terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer. Dan keunggulan dari media online adalah informasi bersifat *up to date*, *real time* dan praktis. *Up to date* karena media online dapat melakukan upgrade informasi dari waktu ke waktu. *Real time* karena media online dapat langsung menyajikan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung. Praktis karena media online dapat diakses dimana saja dan kapan saja sejauh didukung oleh teknologi internet.³

Tapi isu keunggulan ini tidak lantas membuat media massa internet menjadi yang sangat sempurna. Ada banyak yang masih perlu dievaluasi dalam bisnis media yang sarat akan teknologi ini. Masalah pokok dalam dunia jurnalisme media internet adalah kualitas dan kredibilitas informasi yang sampai ke masyarakat. Masalah

³ Syarifuddin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2004), h. 32

kualitas dan kredibilitas ini bermula dari apa yang disucikan dimedia massa online sebagai kecepatan menyampaikan informasi.

Eko Maryadi selaku ketua Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) mengatakan, “Atas nama kecepatan, page view, dan pertumbuhan bisnis, acapkali lembaga berita online terjerembab menyampaikan informasi yang belum final terverifikasi kepada masyarakat luas sehingga terkadang menimbulkan mis-persepsi dan mis-interpretasi fakta.”⁴

Namun terlepas dari permasalahan tersebut, seiring berjalannya waktu hadirilah beberapa situs media online yang merupakan versi maya dari media konvensional yang sudah ada sebelumnya, seperti kompas.com. Dan dari fenomena ini dapat disimpulkan bahwa jurnalistik telah memasuki era globalisasi.

Media online memiliki senjata utama yang dengan sukses menggeser eksistensi media konvensional seperti koran, majalah, bahkan televisi dengan kelebihan utamanya yaitu aktualitas (kecepatan). Kecepatan yang ditawarkan oleh media berbasis internet ini mampu menjaring masyarakat untuk beralih mencari informasi di internet. Orang tidak perlu menunggu hingga esok pagi untuk mendapatkan berita terbaru, namun hanya menggunakan komputer dan koneksi internet atau bahkan hanya menggunakan telepon seluler saja, kini informasi sudah bisa diakses dengan sangat cepat. Hal ini didukung pula dengan pembaharuan berita yang terus menerus secara berkala hingga masyarakat dapat mengikuti perkembangan dari sebuah informasi yang sedang diaksesnya.

⁴ Margianto, Heru J dan Asep Syaefullah, *Media Online : Antara Pembaca, Laba, dan Etika*, (Jakarta : AJI Indonesia), h. VI

Sisi baik dari aktualitas media online adalah dengan menghadirkan berita secepat mungkin, sehingga berita yang sampai kepada masyarakat merupakan informasi yang baru saja terjadi. Dan sisi negatif dari pemberitaan yang terlalu aktual adalah kekurangan data yang kurang mendalam dan belum ada verifikasi terhadap objek yang diberitakan, padahal akurasi pemberitaan yang dibuat oleh wartawan sebuah media merupakan barometer citra media massa itu sendiri dimata pembacanya. Aktualitas memang merupakan komponen penting dari sebuah industri media massa, namun terkadang sering melupakan akurasi dari sebuah berita demi mengejar aktualitas.

Atas nama aktualitas tersebut, media seolah tak memperdulikan hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar sebagaimana tercantum dalam Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) butir 1, “Wartawan Indonesia menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi.”⁵ Dan atas nama aktualitas itu pula, pasal 3 Kode Etik Jurnalistik (KEJ) seperti diabaikan. Pasal 3 menyatakan, “Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah”.⁶

Menurut Arifin selaku redaktur Kabar24.com,” Kecepatan adalah kekhasan media online. Kalau tidak cepat, bukan media online namanya. Soal kecepatan ini sejatinya juga telah menjadi hak masyarakat. Artinya, masyarakat internet dewasa ini memiliki hak untuk cepat tahu tentang suatu hal. Maka ketika media online

⁵ *Ibid*, h. 63

⁶.Surat Keputusan Dewan Pers No. 03/SK-DP/III/2006, *Kode Etik Jurnalistik*, pdf

memberlakukan kecepatan, media online sebenarnya tengah memenuhi hak masyarakat⁷.

Kecepatan yang dikedepankan oleh wartawan media online sering menjadi penyebab utama dikesampingkannya akurasi dari isi berita. Kecepatan menuntut wartawan dalam media online untuk segera menyajikan berita agar tidak kalah aktual dengan media online lain sehingga wartawan hanya memberikan informasi ala kadarnya.

Berbicara tentang media online, memang erat kaitannya dengan aktualitas dan akurasi, dimana media online lebih mengutamakan aktualitas dibandingkan akurasi dari berita-berita yang disuguhkannya. Aktualitas sendiri memang sudah menjadi ciri khas dari media online, sedangkan akurasi atau kedalaman data masih jadi pertanyaan dari informasi yang ada pada media online, mengingat media online lebih bersifat pandang dengar, yaitu menulis berita berdasarkan apa yang dilihat dan terjadi dilapangan.

Kesalahan dalam penyuguhan informasi dalam media online biasanya dilakukan dengan pembaharuan berita yang paling terbaru sebagai berita yang dianggap paling benar, namun hal ini paling kurang efektif sebagai koreksi pemberitaan karena tidak semua orang membaca berita yang sama atau mengakses berita yang sama setiap detik.

Seperti pada ayat Surat Al Hujuurat ayat 6, mengenai selektif menerima informasi:

⁷ Margianto, Heru J dan Asep Syaefullah , *Op Cit*, h. 40

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهْلَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.

Alangkah baiknya apabila kita masih ragu akan kebenaran informasi tersebut maka tutuplah informasi tersebut agar tak menjadi pergunjingan di masyarakat sebagaimana Rasulullah SAW bersabda:

وَمَنْ سَتَرَ عَلَىٰ مُسْلِمٍ فِي الدُّنْيَا سَتَرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ

Artinya:

“Dan barang siapa yang menutupi (aib) seorang muslim sewaktu di dunia, maka Allah swt. akan menutup (aibnya) di dunia dan di akhirat. (H.R Imam At-Tarmidzi)

Seperti pada pemberitaan yang memuat heboh diberbagai media massa tak terkecuali media online adalah kasus prostitusi artis yang mulai menghangat sejak bulan Mei 2015 silam. Diberitakan sebelumnya, Robbi Abbas (RA) adalah mantan make-up artis yang bertindak sebagai mucikari. Dirinya sering menjual jasa artis dan model untuk pria hidung belang kelas atas dengan tarif puluhan hingga ratusan juta. Berita ini terkuak disaat RA dan seorang artis berinisial AA ditangkap pihak Polres disalah satu hotel berbintang lima daerah Kuningan, Jakarta. Semua media berbondong-bondong menyiarkan pemberitaan dari kronologis penangkapan RA

hingga sederetan nama-nama artis yang terkait dengan prostitusi yang dijalankan RA, tak terkecuali media online sendiri pada situs website KapanLagi.com.

Seperti pada artis berinisial AA yang diciduk bersama RA sang mucikari sewaktu penangkapannya. Media semakin gencar mencari tahu siapa artis yang terkait dalam penangkapan tersebut. Hingga media semakin gencar memberitakan pada masyarakat siapa saja artis berinisial AA tersebut, tak terkecuali dengan media online sendiri. Karena pada dasarnya media online tetap mempertahankan aktualitasnya, hingga sedikit saja informasi yang didapatnya segera disiarkan kepada publik.

Bukan hanya artis berinisial AA yang terseret dalam pemberitaan, inisial artis SB pun juga turut memenuhi rentetan nama artis dalam kasus tersebut. Awalnya media menembak dugaan jika pedangdut Siti Badriah (SB) sebagai salah satu artis yang terkait, dan berlanjut dengan Seruni Bahar (SB) nama yang turut terkait dalam pemberitaan tersebut. Namun akhirnya, media memantapkan Shinta Bachir (SB) sebagai sasaran dalam pemberitaannya.

Dari pemberitaan kasus prostitusi dikalangan artis tersebut, masyarakat juga memberikan satu opini atau pendapat mengenai pemberitaan tersebut dimedia online. Opini atau pendapat dalam hal ini adalah suatu ekspresi tentang sikap mengenai suatu masalah yang bersifat kontroversial. Pendapat timbul sebagai hasil dari pembicaraan tentang masalah yang kontroversial yang menimbulkan pendapat berbeda.

Mengapa kapanlagi.com? Karena kapanlagi.com adalah situs website pemberitaan yang lebih memfokuskan pemberitaannya mengenai entertainment dan

juga hiburan, tak terkecuali pemberitaan mengenai kasus prostitusi tersebut. Oleh sebab itulah peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pendapat Mahasiswa Jurnalistik Terhadap Akurasi Berita Di Kapanlagi.com (Studi Pada Kasus Prostitusi Artis)”**

B. Rumusan Masalah

Agar lebih jelas dan terarahnya pembahasan dalam penelitian ini, sehingga dapat tercapainya tujuan pembahasan secara efektif dan efisien, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana indikator keakuratan sebuah berita menurut mahasiswa Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang?
2. Bagaimana pola pemberitaan di situs kapanlagi.com mengenai kasus prostitusi artis?
3. Bagaimana persepsi mahasiswa Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang terhadap pemberitaan prostitusi artis disitus kapanlagi.com?

C. Batasan Masalah

Mengingat luasnya masalah maka penulis membuat batasan masalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2013 dan 2014 yang menjadi target penelitian
2. Pemberitaan prostitusi artis di situs website kapanlagi.com yang akan diteliti.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui apa saja indikator keakuratan sebuah berita menurut mahasiswa Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang.
- b. Untuk mengetahui pola pemberitaan situs KapanLagi.com mengenai kasus prostitusi artis
- c. Untuk mengetahui pendapat mahasiswa Jurnalistik tentang keakuratan berita yang disajikan oleh media *online* KapanLagi.com.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara teoritis, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan untuk komunitas akademik, dan juga dapat dijadikan dasar bagi peneliti lainnya yang tertarik untuk meneliti permasalahan yang sama, serta bermanfaat sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak-pihak terkait sebagai bahan informasi dan salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Prodi Jurnalistik Universitas Raden Fatah Palembang.

3. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini berkaitan dengan persepsi dan akurasi berita di media online, tidak dapat dipungkiri bahwa ada beberapa karya ilmiah yang membahas tentang keduanya ataupun salah satu dari keduanya. Sejauh penelusuran dan pengetahuan peneliti, berkenaan dengan penelitian yang ada, maka peneliti menemukan beberapa hasil penelitian sebelumnya dengan topik sebagai berikut :

Pertama, *Pendapat Masyarakat Tentang Pemberitaan Kasus Mutilasi Dan Pembunuhan Berantai Very Idam Henyansah*, yang disusun oleh Tomas Abdi H. Tarigan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara pada tahun 2009.

Maksud dan tujuan dari peneliti ialah untuk mengetahui apakah mahasiswa FISIP mengikuti pemberitaan kasus tersebut pada program Seputar Indonesia di RCTI, dan seberapa jauh dan benar pemberitaan di Seputar Indonesia menyorot kasus tersebut.

Pada skripsi Tomas, persamaan yang mencolok terlihat adalah mengambil sudut pandang yang sama yakni persepsi dari mahasiswa. Namun jelas ada perbedaannya yaitu media yang digunakan dalam proses penelitiannya berbeda. Tomas menggunakan media televisi sebagai subjek penelitiannya, sedangkan peneliti menggunakan media online sebagai subjek penelitiannya. Tomas menggunakan deskriptif kualitatif sebagai metode penelitiannya, sedangkan peneliti sendiri menggunakan metode deskriptif kuantitatif.

Kedua, *Public Relations Melalui Media Online (Studi Pemberitaan Kasus Lumpur Lapindo di Viva.co.id Pada Bulan Mei 2012)* yang disusun oleh Fadhil, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tahun 2012.

Persamaan penelitian ini yakni membahas pemberitaan menggunakan media online, namun tetap saja objek yang menjadi sasaran pemberitaan tersebut berbeda. Penelitian Fadhil lebih terfokus pada masalah pemberitaan dan pembentukan citra bagi yang diberitakan dan tak lain adalah Aburizal Bakrie, politikus sekaligus orang yang bertanggung jawab atas kasus tersebut. Sedangkan peneliti sendiri lebih terfokus pada persepsi dari mahasiswa tentang keakuratan berita di media online.

Ketiga, skripsi Ferry Sri Kurniawati mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur tahun 2013, dengan judul *Persepsi Remaja Surabaya Tentang Pemberitaan Geng Motor Di Media Online*. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif berbeda dengan penelitian dari peneliti. Sri melakukan pengambilan data melalui wawancara in depth interview serta observasi dari informan terkait.

Selain skripsi-skripsi diatas, ada beberapa karya ilmiah yang membahas tentang pemberitaan di media massa. Salah satunya dalam buku Pengantar Komunikasi Massa karya Nuruddin yang membahas tentang berbagai hal yang berkaitan dengan komunikasi massa, mulai dari definisi komunikasi massa yang selama ini diputarbalikkan artinya, ruang lingkupnya, fungsi-fungsi komunikasi massa dalam kehidupan sehari-hari, efek yang ditimbulkan media massa dan etika

komunikasi massa. Nuruddin berharap jikalau bahasan tersebut akan mampu membekali secara teoritis kepada pembaca akan fenomena media massa yang kian tumbuh pesat.

4. Kerangka Teori

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan kejelasan berfikir dalam memecahkan atau menyoroti masalahnya, untuk itu perlu disusun kerangka teori yang memuat pokok-pokok fikiran yang menggambarkan dari sudut mana masalah penelitian akan disoroti.⁸ Penelitian ini merupakan studi khalayak yang menelaah bagaimana persepsi dari mahasiswa terhadap keakuratan pemberitaan di media online.

Kehadiran media online dalam hal ini dilihat dari sudut komunikasi adalah erat kaitannya dengan efek yang diterima pembaca. Dari segi penyajian yang memuat informasi secara aktual berdasarkan fakta, yang dituangkan melalui tulisan dan disebarkan melalui internet. Media online adalah media massa generasi ketiga setelah media cetak dan elektronik. Media online merupakan produk jurnalistik online atau *cyber journalisme* yang didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet.⁹

Dan dari pemberitaan yang dikonsumsi itulah memicu perbedaan dari tiap individu, baik perbedaan pandangan, pemikiran, pengetahuan, dan lain sebagainya.

⁸ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Sosial*, (Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 1995), h. 39-40

⁹ Romli, Asep Syamsul, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), h. 30

Dan teori yang dianggap relevan dengan masalah penelitian tersebut adalah Teori Persepsi, Teori Agenda Setting, Teori S-O-R.

Menurut beberapa ahli, seperti yang diungkapkan oleh Desiderato yang dikutip oleh Rahkmat dalam buku Psikologi Komunikasi menyatakan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Selain itu, persepsi memberikan makna pada stimuli inderawi yang melibatkan sensasi, atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori.¹⁰

Persepsi, seperti juga sensasi ditentukan oleh beberapa faktor seperti faktor fungsional maupun faktor struktural. Para ahli mengatakan bahwa pengaruh suasana emosional terhadap persepsi, secara hipnotis diciptakan oleh tiga macam suasana emosional yaitu suasana bahagia, suasana kritis dan suasana gelisah. Ekspresi mengenal orang lain merupakan studi awal tentang persepsi. Darwin mendorong munculnya permasalahan persepsi dengan pernyataan, “Apa ciri-ciri keputusan yang baik tentang orang lain?”.

Secara etimologi, persepsi atau dalam Bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa Latin *perceptio*; dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi (*perception*) dalam arti sempit ialah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu; sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Menurut DeVito, persepsi adalah proses ketika kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera kita.

¹⁰ Jalaluddin Rahkmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h. 51

Dalam perspektif ilmu komunikasi, persepsi bisa dikatakan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Hal ini tampak jelas pada definisi John R. Wenburg dan Willian W. Wilmot: “persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna”, atau definisi Rudolph F. Verderber: “Persepsi adalah proses menafsirkan informasi inderawi”.¹¹

Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, kita tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.¹²

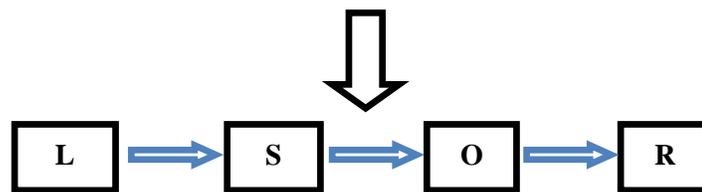
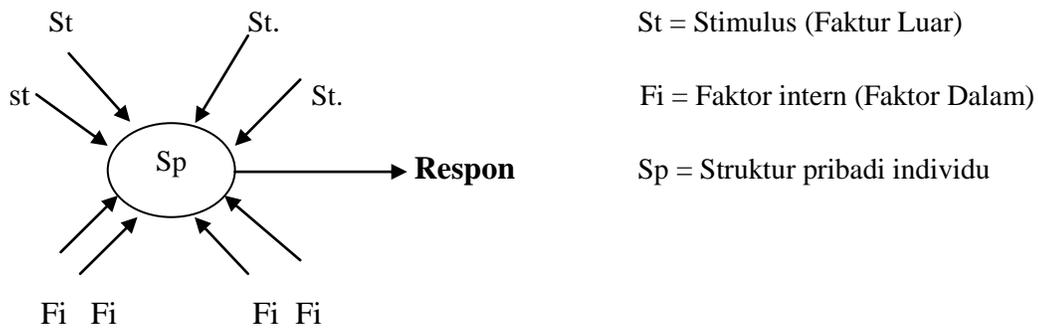
Salah satu pandangan yang dianut secara luas menyatakan bahwa psikologi sebagai telaah ilmiah, berhubungan dengan unsur dan proses yang merupakan perantara rangsangan diluar organisme dengan tanggapan fisik organisme yang dapat diamati terhadap rangsangan. Menurut rumusan ini, yang dikenal dengan teori rangsangan-tanggapan (*stimulus-respons/SR*), persepsi merupakan bagian dari keseluruhan proses yang menghasilkan tanggapan setelah rangsangan diterapkan kepada manusia.

¹¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Rosdakarya, 2005), h. 167

¹² *Ibid*

Gambar 1.1

Proses Terbentuknya Persepsi



Ket : L = Lingkungan

S = Stimulus

O = Individu

R = Respon / reaksi

(Sumber : Walgito, 1981)

Dari skema di atas, proses terjadinya persepsi dapat dijelaskan sebagai berikut, obyek menimbulkan stimulus, lalu stimulus tersebut diterima oleh indera atau reseptor dari individu. Individu tidak hanya dikenai satu stimulus saja, tetapi ada banyak stimulus yang menerpa. Namun demikian, tidak semua stimulus mendapatkan respon individu untuk dipersepsi. Stimulus mana yang akan dipersepsi oleh individu tergantung pada perhatiannya. Lalu skema selanjutnya merupakan kelanjutan dari

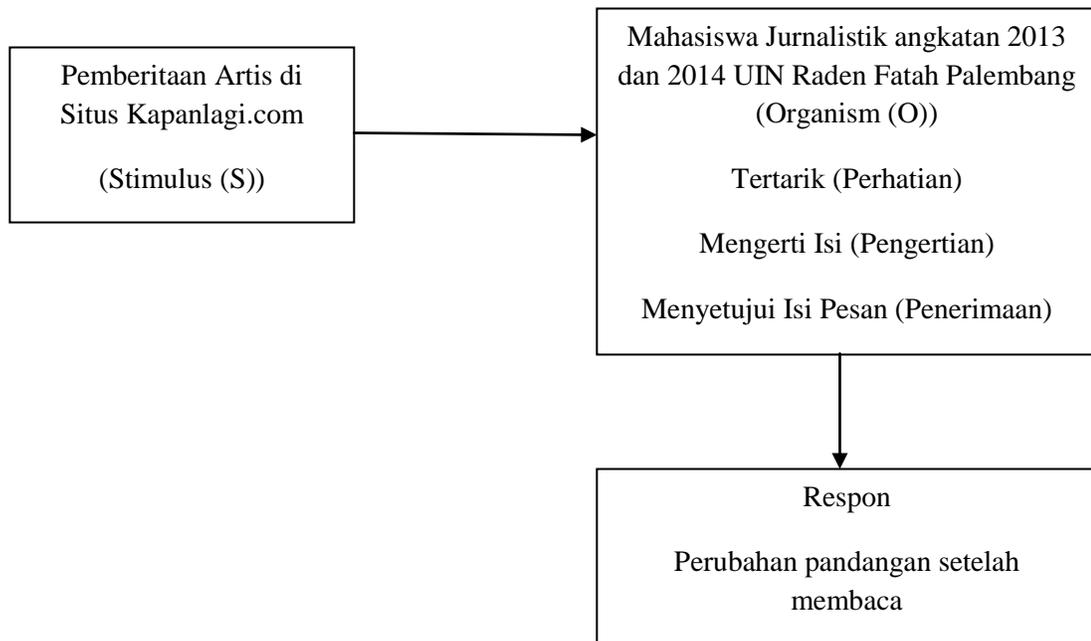
proses pertama. Sebagai akibat dari stimulus yang dipilih dan diterima oleh individu, maka dia akan menyadari dan memberikan respon sebagai reaksi terhadap stimulus tersebut¹³.

Stimulus mempengaruhi khalayak dalam mempersepsikan pesan yang dikategorikan dalam dua unsur yaitu unsur indrawi dan unsur struktural. Maka dari itu, peneliti menggunakan teori stimulus efek (*SOR theory*) dalam melakukan penelitiannya. Teori Stimulus Organisme Respon merupakan terapan dari teori SR yang biasa dikenal dengan teori jarum suntik. Berbeda dengan teori jarum suntik yang berperan bila penerima (*audience*) menerima pesan terus menerus tanpa bisa dikelola kembali. Dalam teori SOR yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi yang memiliki unsur pesan, komunikasi dan efek.¹⁴

¹³ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Bandung: 1981), h. 90

¹⁴ Onong Effendy, *Op.cit*, h. 255

Skema Pemikiran



Gambar 1.2

(Sumber: Onong Uchjana Effendy, 2003)

Selanjutnya, Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw adalah orang yang pertama kali memperkenalkan teori agenda setting. Secara singkat teori penyusunan agenda ini mengatakan bahwa media (khususnya media berita) tidak selalu berhasil memberitahu apa yang kita pikir, tetapi media tersebut benar-benar berhasil memberitahu kita berfikir tentang apa. Menurut asumsi teori ini, media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan

atau peristiwa tertentu. Dengan kata lain, agenda media akan menjadi agenda masyarakatnya.¹⁵

Dan juga asumsi dasar teori agenda setting ini adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting,¹⁶ McCombs dan Shaw tidak menyatakan bahwa media secara sengaja berupaya mempengaruhi publik, tetapi publik melihat kepada para profesional yang bekerja pada media massa untuk meminta petunjuk kepada media ke mana publik harus memfokuskan perhatiannya.¹⁷ Karena itu media massa memiliki peran sebagai pembentuk sebuah opini bagi publik..

Karenanya, menurut Lippman, media bertanggung jawab membentuk persepsi publik terhadap dunia. Ia menegaskan bahwa gambaran realitas yang diciptakan media hanyalah pantulan dari realitas sebenarnya dan karenanya terkadang mengalami pembelokan atau distorsi. Gambaran yang diberikan media mengenai dunia menciptakan apa yang disebutnya dengan “lingkungan palsu: yang berbeda dengan realitas “lingkungan sebenarnya”. Dengan demikian publik tidak memberikan respon pada peristiwa yang sesungguhnya terjadi di lingkungan masyarakat, tetapi pada “gambaran yang ada dikepala mereka”.¹⁸ Dengan demikian dua teori tersebut menunjukkan bahwa setiap individu akan mempunyai tanggapan, persepsi, dan atau

¹⁵ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta : Pt. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 195-196

¹⁶ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta:Kencana,2011), Cet.5, h. 285

¹⁷ Morrisson, *Op.Cit.* h. 495

¹⁸ *Ibid*, h. 495-496

pendapat yang berbeda dalam menerima informasi yang dalam hal ini adalah media massa.

5. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif, di mana data yang di peroleh merupakan data berupa angka dan dapat dihitung. Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat di generalisasikan.¹⁹ Objek penelitiannya, Mahasiswa Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang Angkatan 2013 dan 2014. Jenis data dalam penelitian adalah Kuantitatif yaitu data-data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan dianalisa dengan teknik statistik.²⁰ Data tersebut bersumber dari angket yang disebarakan kepada mahasiswa jurnalistik angkatan 2013 dan 2014 serta diolah dengan menggunakan rumus-rumus statistik serta data kualitatif yang bersumber dari dokumen-dokumen serta literatur yang menunjang pada penelitian ini.

Sedangkan sumber data penelitian dibedakan menjadi dua macam, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer diambil dari responden secara langsung melalui observasi dan angket. Sedangkan data sekunder yaitu data

¹⁹ Rakhmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 55

²⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2010), h. 26.

yang melalui tangan kedua atau sudah dikumpulkan oleh pihak lain.²¹ Data sekunder sebagai data pelengkap berupa literatur atau dokumentasi yang ada kaitannya dengan penelitian dan sebagai bahan penunjang.

2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek dengan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti, sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi.²² Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2013 dan 2014 berjumlah 192 orang.²³

No.	Tahun Ajaran Akademik	Total Mahasiswa
1.	2010/2011	14
2.	2011/2012	22
3.	2012/2013	94
4.	2013/2014	71
5.	2014/2015	121
	Jumlah	322

Tabel 1.1 Total Mahasiswa Jurnalistik

²¹Riduwan, *Pengantar Statistika Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2012), Cet, Ke-3, h. 37.

²²Etta Mamang, *Op.Cit*, h. 26

²³*Dokumentasi Prodi Jurnalistik*, dikutip pada tanggal 21 Maret 2016

Sampel merupakan wakil yang bersifat representatif dari populasi, khususnya dalam hal pendataan.²⁴ Dimana sampel yang di tetapkan menggunakan teknik *sample Random Sampling* yaitu di mana setiap individu (subjek) elemen, peristiwa, atau unit dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai anggota sampel.²⁵ Sedangkan untuk menentukan sampel penelitian, maka digunakanlah rumus Slovin dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 10% , yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel.

N = Jumlah populasi.

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*).²⁶

Berdasarkan rumus terebut, diperoleh sampel penelitian: $n = N/1 + N(e)^2 = 192/1 + 192 (0,1)^2 = 65,75$ dibulatkan menjadi 66 sampel penelitian.

3. Variabel Penelitian

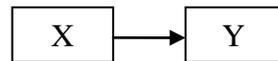
Terdiri dari variabel bebas (X) dan terikat (Y). Variabel bebas (*Independent variable*) merupakan variabel yang menjadi sebab serta mempengaruhi variabel terikat (*Dependent variable*), sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang

²⁴ Andi Bulaeng, *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*, (Yogyakarta : Andi, 2004), h. 156

²⁵ Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2014), Cet Ke-2, h. 121-122

²⁶ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk penelitian*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), Cet Ke-2, h.149.

dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas.²⁷ Skema atau paradigma korelasinya dapat divisualisasi sebagai berikut:



Keterangan:

X = Persepsi Mahasiswa Jurnalistik.

Y = Akurasi Berita Di KapanLagi.com

4. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau melakukan spesifikasi untuk mengukur konstruk atau variabel.²⁸

Tabel 1.2 Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1.	Persepsi Mahasiswa Jurnalistik	Stimulus	1. Pesan 2. Unsur Inderawi 3. Unsur Struktural	S K A L A
		Lingkungan	1. Masyarakat 2. Keadaan 3. Budaya	
Bersambung				

²⁷*Ibid*,h. 110.

²⁸Etta Mamang, *Op. Cit*, h. 134.

		Individu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perorang 2. Latar Belakang 3. Pendidikan 	L I K E R T
		Respon	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kognitif 2. Afektif 	
2.	Akurasi Berita Di KapanLagi.com	Fakta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenyataan 2. Narasumber 3. 5W+1H 4. Wawancara 	
		Tidak Berpihak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adil 2. Berimbang 3. Menyeluruh 	
		Berimbang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pro 2. Kontra 3. Menyeluruh 	

Untuk mengklasifikasikan variabel yang akan diukur, maka digunakanlah skala Likert untuk mengukur pendapat dan persepsi seseorang terhadap penelitian ini. Skala Likert bergradasi positif digunakan sebagai tahapan pemberian *score* atau nilai atas angket dalam bentuk pernyataan (*checklist*) yang dijawab oleh responden dan setiap pernyataan memiliki skor Sangat setuju (skor 5), Setuju (skor 4), Ragu-ragu (skor 3), Tidak setuju (skor 2), dan Sangat tidak setuju (skor 1).

5. Metode Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat diperoleh melalui beberapa metode yaitu :

a. Penelitian Lapangan

Pengumpulan data yang meliputi kegiatan survei dilokasi penelitian dan pengumpulan data dari responden melalui:

1) Kuesioner (Angket)

Adalah suatu daftar pertanyaan yang disusun sedemikian rupa untuk diberikan kepada responden guna memperoleh atau mengungkap data mengenai indikator keakuratan berita menurut mahasiswa jurnalistik UIN Raden Fatah, pola pemberitaan di situs KapanLagi.com, dan persepsi mahasiswa jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang terhadap keakuratan pemberitaan prostitusi artis di KapanLagi.com. Angket yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket tertutup yang dimana angket ini berisi pertanyaan-pertanyaan dan jawabannya telah disediakan oleh peneliti.

2) Wawancara

Selain dengan menyebarkan angket, wawancara juga dilakukan agar data yang diperoleh lebih akurat. Menanyakan hal-hal yang berada diluar kuesioner, sehingga diperoleh data-data tambahan yang berguna bagi hasil penelitian. Wawancara sendiri artinya adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua

pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.²⁹

Peneliti akan mewawancarai beberapa orang mahasiswa Jurnalistik angkatan 2013 dan 2014 yang dijadikan sampel secara random untuk menguatkan data penelitian melalui tatap muka langsung atau dengan bantuan media sms, jejaring sms, ataupun media lainnya.

3) Dokumentasi

Yakni metode yang dilakukan peneliti dengan melakukan pengamatan terhadap data yang bersifat kearsipan, yang ada kaitannya dengan masalah persepsi mahasiswa terhadap akurasi berita di KapanLagi.com.

6. Teknik Analisa Data.

Ketika seluruh data yang berhubungan dengan penelitian terkumpul, peneliti akan menganalisa data-data tersebut dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Dimana pada dasarnya, metode analisis ini bersifat interpretasi berdasarkan data-data yang di tabulasikan sesuai dengan jawaban yang diberikan responden sebagai bahan untuk menyusun laporan penelitian. Dalam teknik analisis dan data ini, dilakukan dengan cara mengolah data utama yaitu angket kedalam suatu bilangan persentase dengan mengacu kepada rumus:

$$p = \frac{f}{N} \times 100\%$$

²⁹ Lexy J. Moleang, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), h. 186

Keterangan : f = Frekuensi atau jumlah jawaban

N = Jumlah sampel yang dijawab

p = Angka presentase

Selain itu, tahapan-tahapan analisa data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Identifikasi data. Bahan-bahan yang dikumpulkan dari hasil tanggapan dan persepsi mahasiswa jurnalistik 2013 dan 2014 UIN Raden Fatah Palembang terhadap tingkat akurasi berita di situs KapanLagi.com, serta melengkapi dengan tinjauan pustaka yang berhubungan dengan pembahasan penelitian. Kemudian di identifikasikan.
- b. Klarifikasi data. Setelah data di identifikasikan, kemudian di klarifikasikan sesuai jenis data yang di butuhkan dan sesuai dengan perumusan masalah, juga dengan tujuan penelitian ini.
- c. Verifikasi data, dimana data-data penelitian yang telah terkumpul di uji untuk mencari persepsi pembaca berita pada situs KapanLagi.com.
- d. Evaluasi hasil analisis data, dimana langkah ini diambil untuk mengantisipasi adanya kekurangan yang ada dalam penelitian ini.
- e. Menyimpulkan. Setelah semua langkah dalam analisis dilakukan, maka langkah selanjutnya menyimpulkan penelitian ini yakni tentang persepsi mahasiswa jurnalistik 2013 dan 2014 UIN Raden Fatah Palembang.