

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada bahasan ini peneliti akan menulis dengan mengkaji serta mempelajari lebih dalam mengenai penelitian-penelitian sebelumnya. Adanya penelitian terdahulu sebagai dasar acuan referensi oleh peneliti dalam melakukan perbandingan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Sebagaimana berikut adalah ringkasan dari empat penelitian terdahulu dan merupakan rujukan yang peneliti gunakan untuk meneliti.

Penelitian terdahulu pertama adalah penelitian dengan judul “KREDIBILITAS PEMBERITAAN POLITIK PADA MEDIA *ONLINE* *REPUBLIKA.CO.ID*” yang ditulis oleh Audi Kania Ramadhan pada tahun 2023. Penelitian ini telah menerapkan metode analisis isi, pendekatan kuantitatif, teknik *purposive sampling* dan menilai kategori kredibilitas dengan akurasi, kepercayaan, bias dan kelengkapan pada berita oleh teori kredibilitas oleh Flanagan dan Metzger. Penelitian ini mengukur data dengan 4 kategori, yakni nominal, ordinal, interval dan rasio. Tolak ukur Holsti menjadi acuan dalam uji reliabilitas yang peneliti gunakan. Peneliti memakai sampel dari *website* *Republika.co.id* pada Mei 2023.

Penelitian terdahulu kedua adalah penelitian dengan judul “KREDIBILITAS MEDIA DALAM PEMBERITAAN PUTUSAN MAHKAMAH KONSTITUSI TENTANG PERUBAHAN UNDANG-UNDANG PEMILU BATAS USIA CAPRES-CAWAPRES PADA *DETIK.COM* DAN

KOMPAS.COM” yang ditulis oleh Zidan Gema Ramadhan pada 2024. Peneliti menerapkan metode analisis isi kuantitatif yang menilai *factualness*, *accuracy*, *completeness*, *relevance*, *balance* dan *neutrality* pada berita. Tolak ukur Holsti menjadi acuan dalam uji reliabilitas yang peneliti gunakan. Peneliti memakai sampel dari Kompas.com serta Detik.com selama periode 1 Oktober 2023 hingga 31 Oktober 2023. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Detik.com dan Kompas.com memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi dalam pemberitaan mengenai putusan gugatan batas usia capres-cawapres.

Penelitian terdahulu yang ketiga adalah jurnal penelitian yang berjudul “Kredibilitas Pemberitaan Distribusi Vaksin Covid-19 di Indonesia” yang ditulis oleh Anisa Suci Rahmawati dan Ferry Darmawan pada tahun 2022. Para peneliti menerapkan metode analisis isi kuantitatif serta menerapkan teknik sampling purposif untuk mengambil beberapa sampel berita terkait kedatangan vaksin, terkait tantangan distribusi, terkait waktu distribusi dan terkait penerimaan vaksin. Peneliti memilih berita *straight news* dengan periode Desember 2020 sampai Desember 2021 dalam media *online* Detik.com serta Kompas.com. Teori kredibilitas dari Flanagin dan Metzger adalah teori yang mereka gunakan dengan teknik pengumpulan data menggunakan *coding*. Peneliti memakai sampel dari Kompas.com dengan banyaknya 6 berita dan Detik.com dengan banyak 5 berita. Dari empat dimensi tersebut, berita tentang distribusi vaksin Covid-19 di negara Indonesia pada Kompas.com dan juga Detik.com dinilai belum keseluruhan memenuhi syarat pada dimensi kredibilitas.

Penelitian terdahulu yang keempat adalah jurnal penelitian yang berjudul “KREDIBILITAS PEMBERITAAN VIRUS COVID 19 DI MEDIA ONLINE

REPUBLIKA.CO.ID” yang ditulis oleh Helsya Putri Alfi pada tahun 2021. Peneliti telah menerapkan pendekatan kuantitatif dan metode analisis isi deskriptif. Peneliti juga menerapkan teori kredibilitas Flanagin dan Metzger (2000). Objek pada penelitian ini merupakan berita online dari portal *Republika.co.id* pada bulan Februari 2020 yang berjumlah 15 berita dengan isu Covid-19 di negara Indonesia. Maka kesimpulan dari penelitian ini adalah, bahwa berita Covid-19 di negara Indonesia pada media *online* *Republika.co.id* dinilai telah masuk untuk kategori berita yang akurat atau kredibel.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 1

Judul	KREDIBILITAS PEMBERITAAN POLITIK PADA MEDIA <i>ONLINE REPUBLIKA.CO.ID</i>
Penulis/Tahun	Audi Kania Ramadhan (2023)
Metode Penelitian	Analisis Isi Kuantitatif
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana kredibilitas isi pemberitaan politik pada media <i>online</i> <i>Republika.co.id</i> dengan teori Konsep Multidimensional Kredibilitas Media yang dinyatakan oleh Flanagin dan Metzger meliputi akurasi (<i>accuracy</i>), kepercayaan (<i>believability</i>), bias, dan kelengkapan (<i>completeness</i>).

Kesimpulan	<p>Analisis data terhadap Berita Politik di <i>Republika.co.id</i> pada dimensi <i>accuracy</i> terdapat 4.255 paragraf (96.96%) dari 4.388 paragraf sesuai dengan judul berita, 4.066 paragraf (92.66%) dari 4.388 paragraf tidak memiliki kesalahan penulisan, dan 4.277 paragraf (97.47%) dari 4.388 paragraf sesuai dengan foto berita. Pada dimensi <i>believability</i> untuk kategori <i>opinitative</i> sebanyak 48 paragraf (1.09%) dari 4.388 yang menyimpulkan berita sudah objektif dan tidak mendramatisir, untuk kategori transparansi sumber berita sebanyak 4.338 paragraf (98.86%) dari 4.388 paragraf dengan sumber pada berita dinilai akurat. Pada dimensi Bias untuk kategori <i>cover both side</i> sebanyak 4.329 paragraf (98.65%) dari 4.388 paragrafimbang dengan sedikit pendapat wartawan dan editor berita. Pada dimensi <i>Completeness</i> untuk kategori kelengkapan unsur berita atau 5W+1H sebanyak 4.119 paragraf (93.86%) dari 4.388 paragraf lengkap dengan unsur 5W+1H.</p>
Perbedaan	Mengetahui nilai kredibilitas berita politik di portal berita online <i>Republika.co.id</i> .
Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui nilai kredibilitas dari portal berita online. • Memakai metode penelitian analisis isi kuantitatif. • Memakai teori Kredibilitas Flanagin dan Metzger

	(2000) dengan empat dimensi.
Kontribusi	Peneliti mendapatkan gambaran dalam penelitian mengenai kredibilitas berita. Peneliti dapat melihat hasil dan teknik pengumpulan dan pengolahan data. Sehingga memudahkan peneliti dalam proses penelitian ini.

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu 2

Judul	KREDIBILITAS MEDIA DALAM PEMBERITAAN PUTUSAN MAHKAMAH KONSTITUSI TENTANG PERUBAHAN UNDANG-UNDANG PEMILU BATAS USIA CAPRES-CAWAPRES PADA <i>DETIK.COM</i> DAN <i>KOMPAS.COM</i>
Penulis/Tahun	Zidan Gema Ramadhan (2024)
Metode Penelitian	Analisis Isi Kuantitatif, Paradigma Positivistik
Tujuan Penelitian	Meneliti sejauh apa keakuratan pada pemberitaan mengenai putusan Mahkamah Konstitusi pada UU Pemilu yang mengatur batas usia calon presiden dan calon wakil presiden yang telah disajikan di media <i>online</i> Kompas.com dan juga Detik.com.

Kesimpulan	Hasil menunjukkan bahwa media <i>online</i> Detik.com serta Kompas.com mempunyai tingkat kredibilitas tinggi dalam sebuah pemberitaan mengenai putusan pada gugatan batas usia usia calon presiden dan calon wakil presiden.
Perbedaan	Membandingkan nilai kredibilitas berita dari 2 portal berita online.
Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui nilai kredibilitas dari portal berita online. • Menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif. • Meneliti berita dalam kurun waktu 1 bulan. • Menggunakan teori kredibilitas Flanagin dan Metzger (2000).
Kontribusi	Peneliti mendapatkan gambaran dalam penelitian mengenai kredibilitas berita. Peneliti dapat melihat hasil dan teknik pengumpulan dan pengolahan data dari penelitian terdahulu ini. Sehingga memudahkan peneliti dalam proses penelitian.

Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu 3

Judul	Kredibilitas Pemberitaan Distribusi Vaksin Covid-19 di Indonesia
-------	--

Penulis/Tahun	Anisa Suci Rahmawati dan Ferry Darmawan (2022).
Metode Penelitian	Analisis isi kuantitatif.
Tujuan Penelitian	Untuk menganalisis kredibilitas <i>believability</i> , <i>accuracy</i> , bias, dan <i>completeness</i> pada pemberitaan distribusi vaksin Covid-19 di negara Indonesia pada media <i>online</i> Kompas.com dan juga Detik.com.
Kesimpulan	<p>Dari empat dimensi, berita tentang distribusi vaksin Covid-19 di Indonesia pada Kompas.com dan Detik.com belum semua memenuhi dimensi kredibilitas berdasarkan kesimpulan dimensi <i>believability</i> kategori <i>opinitative</i> pada Kompas.com dinilai sebanyak 21% dan Detik.com dinilai sebanyak 18%, yang menyimpulkan, berita di kedua media tersebut sedikit mengandung paragraf <i>opinitative</i> dan ketagori transparansi pada Kompas.com 93% dan Detik.com 87% yang menyimpulkan kedua media sudah menerapkan transparansi.</p> <p>Pada dimensi <i>accuracy</i> Kompas.com 100% judul sesuai, 73% kesalahan penulisan, dan 43% untuk kesesuaian foto menyimpulkan berita yang telah dimuat Kompas.com belum memenuhi akurasi pada kategori kesalahan penulisan dan juga kesesuaian foto. Sedangkan Detik.com mendapat 100% untuk</p>

	<p>kesesuaian judul, 47% kesalahan penulisan, dan 80% kesesuaian foto yang menyimpulkan berita pada Detik.com cukup memenuhi akurasi ketiga kategori.</p> <p>Pada dimensi bias, kategori <i>cover both side</i> 53% untuk Kompas.com dan 33% untuk Detik.com sehingga keduanya belum memenuhi kategori tersebut.</p> <p>Pada dimensi <i>completeness</i> kategori 5W+1H, 80% untuk Kompas.com dan 100% untuk Detik.com.</p> <p>Keduanya belum memenuhi nilai dalam dimensi kredibilitas dengan keseluruhan karena masih dinilai mengandung beberapa kesalahan penulisan, subjektivitas dari wartawan atau media, dan juga dinilai belum menyajikan berita-berita denganimbang atau bias.</p>
Perbedaan	Mengetahui dan membandingkan nilai kredibilitas berita pada dua media berita online.
Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui nilai kredibilitas dari portal berita online. • Menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif. • Menggunakan teori Kredibilitas Flanagin dan Metzger dengan empat dimensi.

Kontribusi	Peneliti mendapat gambaran mengenai kredibilitas berita online, teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan data.
------------	---

Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu 4

Judul	KREDIBILITAS PEMBERITAAN VIRUS COVID 19 DI MEDIA ONLINE REPUBLIKA.CO.ID
Penulis/Tahun	Helsya Putri Alfi (2021)
Metode Penelitian	Analisis isi kuantitatif.
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana kredibilitas pemberitaan di Media Online Republika.co.id.
Kesimpulan	Bahwa berita Covid-19 di media Online Republika.co.id sudah termasuk berita yang kredibel.
Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui nilai kredibilitas berita covid-19 di media <i>online</i> Republika.co.id.
Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui nilai kredibilitas dan akurasi dari portal berita online. • Menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif.

Kontribusi	Peneliti mendapat gambaran mengenai akurasi berita maupun kredibilitas berita online, teknik dalam mengumpulkan data dan teknik dalam mengolah data pada analisis isi kuantitatif.
------------	--

2.2 Landasan Teori

Penelitian saat ini tentunya dilandasi oleh kerangka teori yang memberikan dasar untuk menganalisis masalah yang akan diangkat. Dalam proses ini, peneliti mengadopsi teori yang relevan dengan topik penelitian agar dapat mengidentifikasi hubungan antara teori tersebut dan temuan yang diperoleh. Landasan teori dalam penelitian ini akan membahas kredibilitas berita, khususnya berfokus pada berita online terkait bencana gempa bumi, yang akan digunakan untuk membantu menganalisis pemberitaan bencana gempa bumi di media *online*.

2.2.1 Kredibilitas Berita

Dikutip dari buku Teori Komunikasi Massa McQuail's (2010), Gaziano dan McGrath (1987) telah mendapatkan bahwa kredibilitas merupakan lebih berkaitan dengan keadilan yang dipersepsikan, kurangnya bias, keyakinan yang baik alih-alih akurasi atau keterandalan yang dipersepsikan dari informasi semacam itu, kualitas sumber lah yang lebih penting daripada sebuah informasinya.

Menurut Koehler, terdapat empat komponen yang menentukan kredibilitas seseorang narasumber. Pertama, dinalis: yaitu narasumber yang dianggap aktif oleh masyarakat, serta tegas dan berani dalam

menyampaikan pendapatnya. Kedua, sosiabilitas: dimana narasumber dipandang dekat dengan masyarakat. Ketiga, koorientasi: yang menunjukkan bahwa narasumber dianggap mewakili-nilai-nilai yang dianut atau kelompok yang didukung. Terakhir, karisma; narasumber yang mampu menarik perhatian masyarakat yang melihatnya (Rakhmat, 1999, dikutip dalam Wiendijarti, 2008).

Isu kredibilitas telah muncul kembali dengan adanya internet sebagai media berita saat ini. Ada beberapa kesulitan intrinsik untuk pengguna dalam menilai kredibilitas informasi pada internet terkecuali jika datang dari media yang mapan atau sudah resmi diakui negara, tetapi juga terdapat pengharapan dari publik yang tinggi bahwa Internet dapat menyediakan solusi atas ketidakpastian. Seperti penelitian yang telah membandingkan Internet dengan televisi dan surat kabar sebagai sumber berita di Jerman (Schweiger, 2000) dan AS (Flanagin dan Metzger, 2000; Kioussis, 2001 ; Johnson dan Kaye, 2002; Metzger *et al.*, 2003) menunjukkan bahwa Internet sepertinya tertinggal dalam kepercayaan yang dipersepsikan. Dalam studi selanjutnya, Flanagin dan Metzger (2007) telah melaporkan bahwa persepsi kredibilitas dan informasi di internet berdasarkan karakter situsnya alih-alih keakraban dengan sumber (McQuail, 2010). Pengguna lebih muda (pelajar) juga nampak mempercayai sumber daring daripada yang lain (Bucy, 2003 dikutip dalam McQuail, 2010).

Peneliti menggunakan teori kredibilitas Flanagin dan Metzger (2000) pada buku mereka yang berjudul *Perception of Internet*

Information Credibility. Dalam buku tersebut, dijelaskan bahwa kredibilitas pada berita terbagi menjadi empat dimensi atau kategori, yaitu kepercayaan (*believability*), akurasi (*accuracy*), bias, dan kelengkapan (*completeness*) (Dikutip dari Rahmawati & Darmawan, 2021).

Pada kategori akurasi (*accuracy*) terbagi menjadi tiga sub-kategori, yaitu kesesuaian isi dengan judul, kesesuaian isi dengan foto, dan ketepatan penulisan. Judul berita yang tidak mencerminkan isi sering disebut sebagai judul *clickbait*. Pada dimensi ini, peneliti dapat mengevaluasi adanya ketidaksesuaian judul, kesalahan dalam penulisan, serta kesesuaian foto yang terkandung dalam berita tersebut. Kesalahan penulisan dan ketidaksesuaian foto menunjukkan kurangnya verifikasi dari editor media tersebut. Media konvensional harus menerapkan proses pengujian berita yang ingin disebar, sebelum disebarluaskan (Flanagin dan Metzger, 2000).

Pada kategori kepercayaan (*believability*), terbagi menjadi dua sub-kategori konstruksi, yaitu opini (*opinitative*) dan transparansi sumber berita (Tuhana *et. al.*, 2023) hingga peneliti dapat mengetahui berita yang dimuat di Tugujatim.id mengenai gempa bumi Tuban 22 Maret - 31 Maret 2024 jika terdapat unsur *opinitative* dan transparansi sumber berita. Sebuah paragraf dapat dikategorikan sebagai opini apabila berisi peristiwa atau tanggapan yang disampaikan secara subjektif atau dengan dramatisasi pada berita. Dalam hal ini, opini dari wartawan juga turut berperan. Di sisi lain, paragraf dapat dikatakan transparan apabila sumber berita disajikan

dengan jelas tanpa ada upaya untuk menutupi informasi demi kepentingan tertentu. Oleh karena itu, sebuah berita dapat dianggap memiliki tingkat kepercayaan atau tingkat kredibilitas yang tinggi jika transparansi sumber berita menjadi prioritas utama yang selalu diperhatikan (Widodo, 2012 dikutip dalam Rahmawati dan Darmawan, 2021).

Pada kategori bias, terdapat sub-kategori yang mencakup kedua sisi berita atau biasa disebut *cover both sides*. Kategori ini sangat perlu dikarenakan akan berkaitan dengan keseimbangan informasi, sehingga berita yang diunggah akan bersifat netral dan tidak berpihak pada sumber tertentu. Keseimbangan dalam pemberitaan ini berarti bahwa berita tidak diambil hanya dari satu perspektif saja, melainkan disajikan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan sebagai sisi atau sudut pandang (Eriyanto, 2011:195 dikutip dalam Rahmawati dan Darmawan, 2021). Hal ini dapat dilihat dari bagaimana wartawan akan melaporkan sebuah berita, apakah berita tersebut berkarakteristik objektif atau tidak mempunyai kecenderungan tertentu (Franklin, *et. al.*, 2005:25, dikutip dalam Widodo, 2012).

Pada kategori *completeness* digunakan peneliti untuk melihat kelengkapan unsur 5W1H atau *what* (apa), *who* (siapa), *when* (kapan), *where* (dimana), *why* (kenapa), dan juga *how* (bagaimana) pada berita. Rumus 5W1H diperkenalkan pertama kali oleh Rudyard Kipling, seorang penulis novel, cerita pendek, dan penyair (Kumparan, 2020). Media online tentu mempunyai format pada pemberitaan yang dapat dideskripsikan sebagai format "*print plus*" (Potter, 2006:46).

Teori ini tentunya memiliki keterkaitan dan sesuai dengan sebuah masalah yang ingin diteliti oleh peneliti, yakni tentang kredibilitas berita. Teori ini juga membahas tentang kredibilitas berita dan mengendalikan fenomena dan objek yang diteliti oleh peneliti dan membantu mengarahkan pertanyaan penelitian terkait kredibilitas berita media online.

2.2.2 Media Massa

Media merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator (pembuat pesan) pada komunikan (penerima pesan). Sementara itu, media massa dapat diartikan sebagai sarana yang memfasilitasi komunikasi dengan memanfaatkan berbagai alat, seperti surat kabar, film, radio, dan televisi, untuk menyebarluaskan informasi dari komunikator kepada komunitas yang lebih luas (Cangara, 2015, dalam Ramadhan, 2024).

Peran media massa sangat penting dalam kehidupan masyarakat modern, karena dapat menjangkau khalayak secara luas dalam waktu singkat. Media massa tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai alat distribusi informasi yang dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat. Dalam konteks ini, media massa menjadi wahana untuk menyebarluaskan beragam informasi, seperti berita, komentar, opini, dan hiburan, secara luas dan masif (Burgin, 2006, dikutip dalam Ramadhan, 2024).

Media massa baru, atau yang sering disebut sebagai new media, merujuk pada jenis media yang memanfaatkan internet dan teknologi terkini. Ciri khas media ini adalah fleksibilitasnya, potensi interaktif yang

dimilikinya, serta kemampuannya untuk menyajikan fungsi privat dan publik (Mondry, 2008, dikutip dalam Maghrifi, 2020). Dalam konteks ini, internet muncul sebagai manifestasi terbaru dari media setelah cetak dan elektronik. Ia menggabungkan semua karakteristik media sebelumnya, membawa perubahan signifikan pada proses komunikasi. Perubahan tersebut mencakup aspek penting seperti biaya komunikasi, kecepatan dalam bertukar informasi, persepsi dari penerimaan pesan, kapasitas penyimpanan data, serta aksesibilitas informasi. Selain itu, terdapat peningkatan terhadap kepekaan informasi dan fungsionalitas yang bisa ditransfer dalam komunikasi modern (Novi Kurnia: 2005, dikutip dalam Maghrifi, 2020). Media massa berperan penting dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan masyarakat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berita merupakan laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, penting, dan menarik bagi sebagian besar masyarakat. Berita ini bisa disampaikan melalui berbagai saluran, seperti surat kabar, televisi, radio, maupun media online (Sumadiria, 2005, dikutip dalam Juditha, 2013).

2.2.3 Jurnalistik *Online*

Jurnalistik adalah suatu kegiatan yang dapat diartikan sebagai “melaporkan sebuah peristiwa”, sementara istilah online merujuk pada perihal konektivitas yang mengacu pada internet, di mana informasi dapat diakses dengan mudah kapan saja dan di mana saja selama jaringan internet atau konektivitas tersedia di tempat (Asep M, 2012). Internet, sebagai susunan pada jaringan yang berinteraksi antara komputer, juga

telah melahirkan media yang kini kita kenal sebagai media online, seperti website. Website sendiri merupakan alamat domain yang menyimpan informasi data, visual, audio, serta tautan (Rulli Nasrullah, 2014, dikutip dalam Maghrifi, 2020).

Jurnalistik online bisa terdefiniskan dengan proses penyampaian suatu pesan melalui website menggunakan media internet. Ini menjadi salah satu ciri khas yang membedakannya dari jurnalistik konvensional seperti surat kabar atau koran. Mike Ward memaparkan beberapa karakteristik jurnalistik online yang berbeda dari jurnalistik konvensional, di antaranya ialah:

1. *Immediacy*: Kecepatan atau kesegaran dalam penyampaian informasi menjadi pokok utama dalam jurnalistik *online*.
2. *Multiple Pagination*: Informasi atau berita bisa terdiri dari ratusan halaman yang saling terhubung satu sama lain (*hyperlinked*).
3. *Multimedia*: Berita dapat berisi berbagai bentuk informasi, termasuk teks, audio, gambar, video, serta kombinasi dari semua itu.
4. *Flexibility Delivery Platform*: Wartawan memiliki fleksibilitas untuk menulis sekaligus menyampaikan berita kapan saja dan di mana saja.
5. *Archiving*: Berita yang disampaikan dapat disimpan dan diakses kembali dengan mudah kapanpun jika diperlukan.

6. *Relationship with Reader*: Partisipasi atau interaksi oleh para pembaca secara langsung melalui kolom komentar (Asep, 2012).

2.2.4 Jurnalisme Bencana

Jurnalisme bencana adalah suatu pendekatan baru dalam jurnalisme. Muyazin Nazaruddin menjelaskan bahwa terdapat beberapa dasar etimologis yang mendasarinya. Jurnalisme bencana menjadi sebuah genre yang sangat krusial bagi media di Indonesia. Pertama dari segi geologi dan sosiologi, Indonesia merupakan negara yang rentan terhadap bencana. Kedua, media massa selalu memberikan laporan mengenai setiap kejadian bencana, bahkan menjadikannya berita utama. Ketiga, masyarakat sangat bergantung pada informasi tentang bencana yang disajikan oleh media massa. Keempat, bencana sering kali hadir dengan ketidakpastian dalam informasi, yang sering menyesatkan, karena media massa bertindak sebagai sumber informasi yang terpercaya (Nazaruddin, 2007, dalam Khairunnisa, 2023).

Menurut Undang-Undang no 24 Tahun 2007 bencana adalah peristiwa atau rangkaian peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan masyarakat yang disebabkan baik oleh faktor alam atau non alam, dan bencana sosial. Bagi saluran berita, insiden bencana merupakan fokus utama dalam leporan mereka. Dari sudut pandang media, bencana dapat dianggap sebagai “berkah dibalik kesulitan” karena memberikan aliran informasi yang terus-menerus dengan nilai berita yang tinggi (Nazaruddin, 2015, dalam Khairunnisa, 2023).

Setidaknya ada dua alasan utama mengapa media sangat aktif memberitakan bencana. Pertama, bencana sering kali menciptakan keadaan yang penuh ketidakpastian. Dalam kondisi tersebut, masyarakat akan mengalami meningkatnya rasa ingin tahu. Mereka cenderung mencari tahu apa yang sebenarnya terjadi. Kedua, bagi media, bencana adalah peristiwa besar yang tidak boleh diabaikan. Bencana menjadi sebuah kejadian yang memiliki daya tarik tanpa harus direkayasa.

2.3 Struktur Kategori

Pada sub-bahasan ini peneliti membahas mengenai struktur kategori yang akan digunakan untuk menilai kredibilitas berita online. Mengingat seberapa pentingnya sebuah informasi akurat dan bisa dipercaya pada situasi bencana, berita-berita online tentunya harus memenuhi standar agar tidak menimbulkan kesalahan. Beberapa kategori penilaian seperti kesesuaian isi dengan judul, kesesuaian isi dengan foto, ketepatan penulisan, non-opinitative, transparansi sumber, *cover both sides*, dan 5W1H akan digunakan untuk mengukur seberapa tinggi kredibilitas dari sebuah berita.

Struktur kategori dan indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 2. 5 Struktur Kategori dan Indikator

Kategori	Sub-Kategori	Indikator
<i>Accuracy</i> (Akurasi)	Kesesuaian Isi dengan Judul	a. Jika seluruh kalimat berita relevan dengan judul berita. b. Jika terdapat informasi yang

		menyimpang dari judul.
	Kesesuaian Isi dengan Foto	<p>a. Jika kalimat berita menjelaskan makna dari foto yang ditampilkan.</p> <p>b. Jika kalimat yang berpaling dari situasi dalam foto maupun sebaliknya.</p>
	Ketepatan Penulisan	<p>a. Jika terdapat kesalahan ejaan penulisan (typo).</p> <p>b. Jika penggunaan tanda baca sesuai dengan kaidah bahasa.</p> <p>c. Jika penulisan huruf kapital dan huruf kecil tepat.</p> <p>d. Jika informasi seperti tanggal, nama, dan lokasi ditulis dengan akurat.</p>
<i>Believability</i> (Kepercayaan)	Non-Opinitative	<p>a. Jika ada kalimat yang mengandung opini pribadi wartawan.</p> <p>b. Jika ada kalimat yang dramatisasi atau hiperbola.</p>
	Transparansi Sumber	a. Jika ada informasi yang tidak memiliki sumber yang jelas.

		<p>b. Jika tidak menyebutkan nama dan kejelasan narasumber.</p>
<p>Bias (<i>Cover Both Sides</i>)</p>		<p>a. Jika terdapat berita yang memihak pada suatu pihak saja.</p> <p>b. Jika terdapat berita yang tidak memberitakan dari kedua sudut pandang.</p>
<p><i>Completeness</i> (Kelengkapan) (5W1H)</p>		<p>a. Jika terdapat unsur <i>What</i> (Apa yang terjadi?).</p> <p>b. Jika terdapat unsur <i>Who</i> (Siapa yang terlibat?).</p> <p>c. Jika terdapat unsur <i>When</i> (Kapan terjadi?).</p> <p>d. Jika terdapat unsur <i>Where</i> (Di mana terjadi?)</p> <p>e. Jika terdapat unsur <i>Why</i> (Mengapa Terjadi?).</p> <p>f. Jika terdapat unsur <i>How</i> (Bagaimana kejadiannya?).</p> <p>g. Jika tidak ada unsur penting dari <i>What, Who, When, Where, Why, dan How</i> tersebut.</p>