

TINGKAT KEPERCAYAAN KHALAYAK TERHADAP PEMBERITAAN DI MEDIA MASSA DI KOTA BOGOR (Pengembangan Media Literasi Pada Khalayak)

*Trust Level of Audiences toward Information on Mass Media in Bogor City
(Development of Literacy Media on Audiences)*

Feri Ferdinan Alamsyah¹, Diana Amaliasari, Imani Satriani

¹Universitas Pakuan

E-mail: feriferdinan@gmail.com

ABSTRACT

The magnitude of the influence of the dissemination of information in the mass media to the audience, makes the audience should be accustomed to doing media literacy. In the concept of media literacy, a good culture of media is to look at aspects of the level of public trust in information in the mass media. The purpose of this study is to determine the level of public confidence in the news in the mass media. This study uses descriptive quantitative correlational methods. The population in this study were students who enrolled in the city of Bogor, determining the sample using incidental sampling techniques. Khalayak agreed (76.9 percent) that they knew new information from the mass media. By receiving information from the mass media, respondents can add insight related to information displayed in the mass media. On the other hand, the more they receive a lot of information from the mass media, the respondents understand if the news displayed in the mass media is not always objective, some of which benefit certain parties. Therefore, respondents felt the need to know the same news in different mass media. A total of 54.4 percent agreed that respondents believed more in the information conveyed by mass media than social media.

Keywords: *literacy media, mass media, trust level*

ABSTRAK

Besarnya pengaruh dari penyebaran informasi di media massa bagi khalayaknya, membuat khalayak seyogyanya terbiasa melakukan literasi media. Dalam konsep literasi media, budaya bermedia yang baik salah satunya adalah melihat pada aspek tingkat kepercayaan masyarakat pada informasi di media massa. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui tingkat kepercayaan khalayak terhadap pemberitaan di media massa. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berkuliah di Kota Bogor, penentuan sampel menggunakan teknik *sampling incidental*. Khalayak menyatakan setuju (76,9 persen) bahwa mereka mengetahui informasi-informasi baru dari media massa. Dengan menerima informasi dari media massa, responden bisa menambah wawasan terkait informasi-informasi yang ditampilkan di media massa. Di sisi lain, semakin mereka menerima banyak informasi dari media massa, responden memahami jika berita-berita yang ditampilkan di media massa tidak selalu objektif, beberapa diantaranya menguntungkan pihak-pihak tertentu. Oleh sebab itu, responden merasa perlu untuk mengetahui berita yang sama di media massa yang berbeda. Sebanyak 54,4 persen menyatakan setuju bahwa responden lebih memercayai informasi yang disampaikan oleh media massa daripada media sosial.

Kata kunci: literasi media, media massa, tingkat kepercayaan

PENDAHULUAN

Pada aksi unjuk rasa yang dilakukan oleh kelompok masyarakat muslim beberapa bulan ke belakang. Mereka keberatan dengan pernyataan Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama saat menyampaikan pidato di kepulauan seribu. Dalam pidatonya tersebut, Gubernur yang akrab disapa Ahok sempat menyinggung surat Al-Maidah ayat 51 dalam Al-Quran.

Pertama kali pidato tersebut menyebar karena diunggah di media sosial Youtube, kemudian terus menyebar hingga banyak media massa mainstream juga turut meramaikan. Dari penyebaran informasi yang luar biasa meluas dan cepat, akhirnya banyak menuai protes hingga akhirnya kini divonis bersalah karena menistakan agama dan harus menjalani hukuman selama dua tahun.

Pada 14 Oktober 2016, kelompok massa dari Front Pembela Islam (FPI) mendatangi kantor sementara Badan Reserse dan Kriminal (Bareskrim) Polisi Republik Indonesia (Polri) di kantor Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP). FPI yang dipimpin oleh Rizieq Shihab menuntut polisi untuk segera menangkap Ahok. Setelah dari KKP, mereka mendatangi pula Balai Kota DKI Jakarta, tempat Ahok berkantor.

Jumat, 4 November 2016, ratusan ribu umat Islam dari sejumlah daerah berkumpul di Jakarta untuk melakukan tuntutan yang sama, yakni menuntut polisi agar secepatnya menindaklanjuti laporan dugaan penistaan agama dengan terduga Ahok. Dari contoh tersebut, maka bisa kita simpulkan bahwa penyebaran informasi di media massa dan media sosial memberikan dampak yang luar biasa. Pemilihan fakta yang dilakukan oleh pembuat informasi dengan cepat mampu memengaruhi persepsi khalayak dalam mengambil keputusan untuk bertindak. McQuail menyebut ini adalah efek media massa yang terjadi dalam waktu pendek, secara cepat, instan dan keras memengaruhi seseorang atau masyarakat (2002:425-426).

Dari realitas di atas, bisa disimpulkan bahwa media massa mempunyai daya besar yang bisa memengaruhi khalayaknya. Padahal, di sisi lain, informasi yang di sampaikan media massa tidak jarang bertentangan atau bias dengan pemahaman yang ada pada khalayak. (Carrascosa, Cuevas, Gonzalez, Azcorra dan Garcia, 2015: 12)

Besarnya pengaruh dari penyebaran informasi di media massa bagi khalayaknya, membuat khalayak seyogyanya terbiasa melakukan literasi media. Dalam konsep literasi media, budaya bermedia yang baik salah satunya adalah membandingkan informasi yang disampaikan oleh media massa. Dalam rangka hal tersebut, penelitian ini ingin melihat bagaimana tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media masa yang mereka konsumsi. Tingkat kepercayaan terhadap Media Massa akan berimplikasi pada budaya masyarakat pada konteks membandingkan informasi di media massa.

Penelitian ini ingin melihat sejauh mana khalayak mempunyai tingkat kepercayaan terhadap pemberitaan di media massa melalui kebiasaan membandingkan informasi yang ditampilkan di setiap media massa dan media sosial yang mereka akses. Oleh sebab itu, maka masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepercayaan khalayak terhadap pemberitaan di media massa?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menjelaskan dan menguraikan fenomena yang diteliti menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian survey yang bersifat deskriptif korelasional. Pengamatan dalam penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan persepsi mahasiswa terhadap penayangan sidang di televisi, serta menguji hubungan antara dua variabel. Variabel pertama dalam penelitian ini adalah karakteristik mahasiswa yang berkuliah di Universitas Kota Bogor dan budaya membandingkan informasi yang ada pada mereka. Variabel kedua adalah tingkat kepercayaan khalayak terhadap pemberitaan di media massa. Tingkat kepercayaan ini akan diketahui berdasarkan pada aspek pengetahuan, perhatian dan penafsiran.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2014: 119). Berdasar pada keterangan tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berkuliah di universitas yang ada di Kota Bogor.

Berdasarkan data dari Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemendikbud), jumlah mahasiswa yang berkuliah di universitas yang berlokasi di Kota Bogor jumlahnya sebanyak 20.148 Mahasiswa. Jumlah tersebut terdiri dari 11.802 mahasiswa aktif berkuliah di Universitas Pakuan, 3.556 di Universitas Djuanda, 382 mahasiswa di Universitas Nusa Bangsa dan 4.408 mahasiswa di Universitas Ibnu Khaldun (www.forlap.dikti.go.id- diakses 11 November 2016).

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014: 125). Hal ini dikarenakan pada penelitian ini, responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Misalnya responden tengah berkuliah dari tingkat 2 hingga tingkat 3 saja. Hal ini disebabkan karena mahasiswa tingkat pertama masih mempunyai pola pikir siswa SMA. Artinya mereka masih pada tahap transisi. Sementara Mahasiswa di atas tingkat 3 dianggap sudah tidak lagi aktif di Kampus.

Untuk teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling incidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini berdasarkan rumus slovin dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang lebih pasti atau mendekati populasi yang ada. Seperti berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

E = Tingkat kesalahan yang ditolelir dalam pengambilan sampel, tingkat kesalahan 10% (α)

Hasil perhitungan dalam penentuan sampel minimal dengan jumlah populasi rata-rata mahasiswa yang berkuliah di universitas Kota Bogor, dengan menetapkan presisi sebesar 10% (0,1) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{20.148}{1 + 20.148 (0,1)^2} = 99,506$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 99,506 atau dibulatkan menjadi 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu Stratified random sampling. Sampel ini bertujuan untuk membuat sifat homogen dari populasi yang homogen, artinya suatu populasi yang dianggap heterogen dikelompokkan ke dalam subpopulasi berdasarkan karakteristik tertentu sehingga setiap kelompok (strata) mempunyai anggota sampel yang relatif homogen (Kriyantono, 2006:153). Adapun cara yang digunakan untuk mengetahui jumlah sampel secara proposional dalam tiap subpopulasinya sebagai berikut:

$\text{Sampel} = \frac{\text{Populasi}}{\text{Total populasi}} \times \text{Total Sampel}$
--

$$\text{Universitas Pakuan} = \frac{11.802}{20.148} \times 100 = 58,57 = 58 \text{ mahasiswa}$$

$$\text{Universitas Djuanda} = \frac{3.556}{20.148} \times 100 = 17,64 = 18 \text{ mahasiswa}$$

$$\text{Universitas Nusa Bangsa} = \frac{382}{20.148} \times 100 = 1,89 = 2 \text{ mahasiswa}$$

$$\text{Universitas Ibnu Khaldun} = \frac{4.408}{20.148} \times 100 = 21,87 = 22 \text{ mahasiswa}$$

Jenis data yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder sebagai berikut:

1. Data primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari lapangan melalui kuesioner dari responden yang berdasarkan jumlah sampel.
2. Data sekunder, yaitu data yang tidak langsung yang diperoleh dari sumber lain seperti buku-buku, jurnal dan penelitian yang berkaitan dengan persepsi, media sosial dan lain-lain.

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Wawancara

Berdasarkan Cresswell yang dikutip Sugiyono (2014: 188) wawancara dalam penelitian survey dilakukan oleh peneliti dengan cara merekam jawaban atas pertanyaan yang diberikan oleh responden. Peneliti mengajukan sejumlah pertanyaan kepada responden dengan pedoman wawancara, mendengarkan atas jawaban, mengamati perilaku dan merekam semua respon dari yang disurvei.

2. Observasi

Observasi dalam penelitian ini diartikan sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan (Cristensen dalam Sugiyono, 2014: 196)

3. Kuesioner

Menurut Cresswell dalam Sugiyono (2014: 193), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data. Partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti. Studi Kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan literatur yang sesuai dengan tema dalam penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis statistik inferensial. Statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2014: 199). Penelitian ini menghubungkan antara karakteristik Mahasiswa dan persepsi terhadap Instagram Bima Arya yang dianalisis menggunakan program SPSS versi 16 dengan uji dengan uji koefisien dan korelasi rank spearman untuk data terendah dengan skala ordinal dengan rumus sebagai berikut:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum di^2}{n(n^2-1)}$$

Keterangan:

r_s = Koefisien koelasi *rank spearman*

di = Beda antara dua peubah berpasangan

1 dan 6 = Bilangan koefisien

Pada teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis data terendah dengan skala nominal dalam penelitian ini menggunakan chi-square dengan rumus sebagai berikut:

$$X^2 = \sum \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

Keterangan:

X^2 = Chi kuadrat

f_0 = Frekuensi yang diobservasi

f_e = Frekuensi yang diharapkan

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai skala pengukuran pernyataan dari persepsi Mahasiswa. Menurut Sugiyono (2014: 136) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Indikatornya terdapat pada tabel berikut:

Tabel 1 Pengukuran sikap berdasarkan skala likert

Pendapat	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat tidak setuju	1

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Kepercayaan Khalayak terhadap Pemberitaan di Media Massa

Pengetahuan

Tabel 2 Pengetahuan

		Pengetahuan			
		Frekuensi	Persen	Valid Persen	Cumulative Persen
Valid	Tidak Setuju	6	4,5	4,5	4,5
	Setuju	103	76,9	76,9	81,3
	Sangat Setuju	25	18,7	18,7	100
	Total	134	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer 2018

Pada indikator pengetahuan, sebanyak 103 responden atau 76,9 persen menjawab setuju. Bahwa responden umumnya, mengetahui informasi-informasi baru dari media massa. Dengan demikian, mereka bisa menambah wawasan. Selain itu, melalui menyimak atau membaca berita di media massa, mereka akhirnya mengetahui perilaku media massa dalam memberitakan isu atau peristiwa tertentu. Responden mengetahui bahwa informasi yang dimuat di media massa ditampilkan tidak selalu objektif dan beberapa diantaranya menguntungkan kepentingan tertentu. Responden memahami kelebihan dan kekurangan media massa, oleh sebab itu, mereka mengetahui mana media yang dapat dipercaya atau tidak.

Perhatian

Tabel 3 Perhatian

		Perhatian			
		Frekuensi	Persen	Valid Persen	Cumulative Persen
Valid	Sangat tidak setuju	1	0,7	0,7	0,7
	Tidak setuju	59	44,0	44,0	44,8
	Setuju	73	54,5	54,5	99,3
	Sangat setuju	1	0,7	0,7	100
	Total	134	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer 2018

Pada indikator perhatian, sebanyak 73 responden atau 54,5 persen menjawab setuju. Bahwa responden umumnya, memperhatikan informasi-informasi baru dari media massa. Dengan demikian, mereka bisa menambah wawasan. Selain itu, melalui menyimak atau membaca berita di media massa, mereka akhirnya mengetahui perilaku media massa dalam memberitakan isu atau peristiwa tertentu. Responden mengetahui bahwa informasi yang dimuat di media massa ditampilkan tidak selalu objektif dan beberapa diantaranya menguntungkan kepentingan tertentu. Responden memahami kelebihan dan kekurangan media.

Penafsiran

Tabel 4 Penafsiran

		Penafsiran			
		Frekuensi	Persen	Valid Persen	Cumulative Persen
Valid	Tidak setuju	11	8,2	8,2	8,2
	Setuju	97	72,4	72,4	80,6
	Sangat Setuju	26	19,4	19,4	100
	Total	134	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer 2018

Tabel 4 menunjukkan, 97 responden atau 72,4 persen menjawab setuju seandainya informasi atau berita yang disampaikan media massa tidak selalu benar. Oleh sebab itu, responden merasa perlu untuk menerima informasi yang sama di beberapa media. Dengan menyimak informasi yang sama dari beberapa media massa maka akan membuat daya analisis responden menjadi lebih tajam. Menerima informasi dari satu media massa saja berpotensi besar untuk mempengaruhi responden sehingga bisa berpihak pada kepentingan tertentu sesuai “agenda setting” dari media itu sendiri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Khalayak menyatakan setuju (76,9 persen) bahwa mereka mengetahui informasi-informasi baru dari media massa. Dengan menerima informasi dari media massa, responden bisa menambah wawasan terkait informasi-informasi yang ditampilkan di media massa. Di sisi lain, semakin mereka menerima banyak informasi dari media massa, responden memahami jika berita-berita yang ditampilkan di media massa tidak selalu objektif, beberapa diantaranya menguntungkan pihak-pihak tertentu. Oleh sebab itu, responden merasa perlu untuk mengetahui berita yang sama di media massa yang berbeda. Sebanyak 54,4 persen menyatakan setuju bahwa responden lebih memercayai informasi yang disampaikan oleh media massa daripada media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Fachrudin, Andi. 2012. *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat .2008. *Public Relations Writing*. Jakarta : Prenada Media Grup
- Lubis, P. Djuara et al. 2010. *Dasar-Dasar Komunikasi*. Bogor: Sains KPM IPB Press.
- McQuail, Denis, (2012). *Teori Komunikasi Massa*, Salemba Humanika, Jakarta
- Santoso, Edi dan Mite Setiansah. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sugiyono, (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, alfabeta, Jakarta.

Jurnal

- Carrascosa, Juan Miguel, Ruben Cuevas, Roberto Gonzalez, Arturo Azcorra dan David Garcia. (2015). *Quantifying the Economic and Cultural Biases of Social Media through Trending Topics*. PLOS ONE, DOI; 10.1371/journal.pone.0134407

Peoni, Herianus. 2014. Pengaruh Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan.

Sumber lain:

Meretas Jalan Sosialisasi Literasi Media di Indonesia, Komisi Penyiaran Indonesia, 2012, Jakarta

Sumber daring

www.forlap.dikti.go.id-(diakses 11 November 2016)

<http://www.kpi.go.id/index.php/lihat-terkini/38-dalam-negeri/32106-pemberitaan-tidak-netral-kpi-pusat-tegur-metro-tv-dan-tv-one> (diakses 23 Desember 2016)

<http://www.tempo.co/read/news/2014/06/02/269581863/memihak-capres-kpi-tegur-lima-stasiun-tv> (diakses 23 Desember 2016)