

ANALISIS KREDIBILITAS ISI PEMBERITAAN TINDAK KEJAHATAN PENCURIAN DATA MELALUI FITUR ADD YOURS DI INSTAGRAM PADA MEDIA ONLINE (STUDI KASUS PADA MEDIA ONLINE KOMPAS.COM DAN REPUBLIKA.CO.ID)

Tyasyulisa Adisyah
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email : tyasadisyah27@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to explain the credibility and factuality of the content of online media reports regarding data theft through the Add Yours feature on Instagram. The concept used in this research is mass communication and online media. The method used in this research is a qualitative research method with a content analysis research approach. Data collection techniques used in this study are observation and documentation. Researchers made observations on the content of online media coverage of Kompas.com and Republika.co.id and documentation in the form of screenshots of the news titles. The results of this study indicate that the credibility and factuality of news on Kompas.com regarding data theft through the Add Yours feature on Instagram is better than reporting on Republika.co.id.

Keywords: Credibility of Media Online, Mass Communication, Media Online

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan kekredibilitasan dan faktualitas isi pemberitaan media online mengenai pencurian data melalui fitur Add Yours di Instagram. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi massa dan media online. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian analisis isi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi dan dokumentasi. Peneliti melakukan observasi pada isi pemberitaan media online Kompas.com dan Republika.co.id dan dokumentasi berupa tangkapan layar dari judul pemberitaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai kredibilitas dan faktualitas berita di Kompas.com mengenai pencurian data melalui fitur Add Yours di Instagram lebih baik dibandingkan dengan pemberitaan di Republika.co.id.

Kata Kunci: Kredibilitasan Media Online, Komunikasi Massa, Media Online

PENDAHULUAN

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak diunduh oleh masyarakat. Awalnya, Instagram hanya digunakan sebagai media untuk mengarsip suatu kenangan yaitu dengan cara mengunggah foto dan video di akun Instagram, selain mengunggah foto, Instagram juga memiliki fitur *followers* dan *following* yang memungkinkan para penggunanya untuk dapat saling mengikuti

dan memberikan tanda atau *tag* di foto dan video yang diunggah.

Pada Agustus tahun 2016, Instagram menambahkan fitur berupa Story Instagram yang membuat para penggunanya dapat mengunggah foto dan video singkat berdurasi 15 detik mengenai kegiatan yang sedang berlangsung, *Story Instagram* tersebut dapat dilihat dalam waktu 24 jam, yang kemudian foto dan video yang diunggah melalui fitur story akan otomatis hilang. Semakin majunya

zaman, para pengelola aplikasi Instagram menambahkan beberapa fitur tambahan untuk membuat story Instagram jauh lebih menarik dan lebih diminati oleh para penggunanya.

Mulai dari filter maupun efek pada *Story Instagram*, lokasi story tersebut dibuat, waktu story dibuat, bahkan dapat melakukan pemilihan suara (*polling*) melalui Instagram. Pada tahun 2021, Instagram akhirnya mengaktifkan fitur musik di story bagi para pengguna Instagram di Indonesia, sebelumnya fitur musik hanya tersedia di negara Benua Amerika, Benua Eropa, dan sebagian di Benua Asia. Tidak hanya itu, bahkan terdapat fitur *add yours*, yaitu di mana para penggunanya menggunggah foto atau video sesuai dengan konteks yang ditentukan oleh *add yours* tersebut. Dengan munculnya fitur-fitur di Instagram memungkinkan terjadinya tindak kejahatan di media sosial,

Berdasarkan peristiwa di atas terdapat beberapa pemberitaan mengenai kasus pencurian data melalui aplikasi Instagram. Kita dapat melihat bagaimana media-media massa menjalankan tanggung jawabnya dalam menyampaikan informasi kepada para pembacanya. Media massa memiliki fungsi sebagai jembatan informasi yang harus dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menerima informasi. Pemberitaan mengenai kasus tindakan pencurian data di internet merupakan salah satu cara untuk membuktikan seberapa kredibilitas dan objektivitas media massa dalam menyajikan berita, terutama di era modern seperti ini, di mana berita harus akurat dan disajikan secara cepat.

Diantara banyaknya media massa, situs berita online menjadi salah satu media massa yang memiliki peranan penting dalam menyebarkan informasi, terutama informasi mengenai pencurian data melalui Instagram. Situs berita online seringkali dijadikan sumber informasi bagi masyarakat karena situs berita online selalu memberikan berita-berita terbaru dan sangat mudah untuk diakses. Peneliti mengambil dua situs berita online yang memberitakan mengenai pencurian data melalui fitur *add yours* di Instagram, yaitu *Republika.co.id* dan *Kompas.com*. Peneliti memfokuskan pada kategori berita *soft news*. Bila diperhatikan dari uraian di atas, fenomena komunikasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah komunikasi massa. Menurut Gebner (1967), Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi pesan yang disalurkan melalui teknologi yang bersifat berkelanjutan. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa suatu pesan yang telah disebar luaskan kepada khalayak secara luas dan terus menerus dalam waktu yang tetap. Dari latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti, adapun fokus penelitian ini adalah seberapa jauh kredibilitas kedua portal berita online tersebut dalam menyajikan informasi, terutama informasi mengenai pencurian data melalui fitur *Add Yours* pada Instagram. Penelitian mengenai fenomena komunikasi yang berkaitan dengan tema analisis isi pemberitaan tindak kejahatan pencurian data melalui fitur *Add Yours* pada Instagram masih jarang ditemui. Namun, penulis menggunakan penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan penelitian ini,

penelitian tersebut dibuat oleh Praptika Handiyani dan Anang Hermawan pada tahun 2017 dengan judul **Kredibilitas Portal Berita Online Dalam Pemberitaan Peristiwa Bom Sarinah Tahun 2016 (Analisis Isi Portal Berita Detik.com dan Kompas.com Periode 14 Januari- 14 Februari 2016)**.

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Diantara kedua media online tersebut, seberapa lengkap isi berita yang disajikan?
- b) Apakah kedua isi berita tersebut informasi yang disajikan lengkap dan sesuai dengan fakta yang ada?
- c) Diantara kedua media online tersebut, manakah media online yang menyampaikan berita sesuai dengan kriteria penerbitan berita?

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran kepada masyarakat mengenai kualitas dan kredibilitas berita yang disajikan oleh situs berita online Republika dan Kompas.com dalam memberikan pemberitaan mengenai kasus pencurian data melalui fitur *Add Yours* pada Instagram.

TINJAUAN PUSTAKA

Pembahasan mengenai penelitian terdahulu perlu dilakukan agar dapat memperoleh pemahaman lebih dalam dengan mempelajari, menafsirkan, dan merefleksikan dengan seksama agar penulis dapat dengan mudah untuk menentukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Terdapat

penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam pembuatan penelitian kualitatif ini, yaitu penelitian yang dilakukan oleh **Praptika Handiyani dan Anang Hermawan** pada tahun 2017 dengan judul **"Kredibilitas Portal Berita Online Dalam Pemberitaan Peristiwa Bom Sarinah Tahun 2016 (Analisis Isi Portal Berita Detik.com dan Kompas.com Periode 14 Januari- 14 Februari 2016)"**.

Komunikasi Massa

Menurut Bittner dalam (Romli, 2016), komunikasi massa adalah sebuah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada banyak orang. Dalam penyampaian informasinya, komunikasi massa memerlukan jembatan komunikasi yaitu media massa agar pesan yang ingin disampaikan dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat. Media komunikasi yang termasuk ke dalam media massa yaitu radio, televisi, surat kabar, majalah, dan film. Semakin berkembangnya zaman dan teknologi yang semakin canggih, kita sudah dapat dengan mudah mengakses berita melalui *smartphone* yang kita punya. Sudah banyak media online seperti web situs berita yang memberikan informasi secara cepat mengenai suatu kejadian yang baru saja terjadi.

Komunikasi massa memiliki beberapa ciri-ciri yang membedakan dari jenis komunikasi lainnya, menurut (Romli, 2016) ciri-ciri komunikasi massa yaitu (a) pesannya bersifat umum, (b) komunikasi bersifat anonym dan komunikator bersifat heterogen, (c) media massa memberikan keserempakan informasi,

(d) komunikasi yang diberikan lebih mengutamakan isi pesan, (e) komunikasi yang terjadi bersifat satu arah, dan (f) timbal balik yang tertunda dan tidak langsung.

Media Online

Media online merupakan bentuk dari perkembangan teknologi dalam pertukaran informasi, jaringan internet menjadi saluran penyebaran informasi, sehingga informasi dapat dengan mudah disampaikan kepada khalayak. Menurut (Nur, 2021) media online berasal dari dua kata, yaitu media dan online. Media merupakan kata umum dari medium yang berarti saluran atau media, sedangkan kata online memiliki arti suatu perangkat yang terhubung dengan jaringan internet. Jadi, secara umum definisi dari media online menurut (Nur, 2021) adalah segala bentuk media komunikasi yang dapat diakses dengan jaringan internet, baik penerima pesan maupun pengirim pesan.

Menurut (Nur, 2021) Media online juga seringkali disebut sebagai media digital, media siber, media internet. Media online merupakan bentuk dari media baru atau biasa dengan *new media*. Dengan adanya media online, segala jenis informasi dapat diakses secara *real time* atau pada saat itu juga, terutama dimasa pandemic Covid-19, media online memiliki peranan penting dalam menyebarkan informasi yang mengenai data penyebaran virus.

Terdapat banyak faktor banyak orang yang memilih menggunakan media online, karena media online memiliki karakteristiknya tersendiri. Menurut Iswara (2004) dalam (Abraham, 2014) karakteristik media online

adalah (a) kecepatan informasi, (b) adanya pembaruan informasi, (c) media online bersifat interaktif, (d) bersifat personalisasi, (e) memiliki kapasitas yang besar dalam memuat informasi, dan (f) *hyperlink* atau dapat dihubungkan dengan sumber lain.

Media Online Republika

Republika merupakan koran nasional yang dibuat oleh komunitas muslim untuk publik di Indonesia, republika telah berdiri sejak tahun 1992, republika untuk pertama kalinya menerbitkan surat kabar yaitu pada 4 Januari 1993 yang dilakukan oleh Yayasan Abdi Bangsa dan didukung oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI). Penerbitan tersebut merupakan klimaks dari perjuangan para wartawan profesional muda yang telah melewati banyak proses. Republika lahir sebagai salah satu perwujudan program yang telah dibuat oleh ICMI.

Pada tahun 1995 Republika membuat situs web di internet. Republika merupakan situs koran pertama yang mengoperasikan sistem cetak jarak jauh. Republika juga mempunyai situs berita online yang diberi nama Republika Online (ROL). Republika Online telah ada sejak 17 Agustus 1995. Republika Online adalah situs berita yang menyajikan informasi berupa teks, audio, dan video berdasarkan teknologi hipermedia dan hiperteks. Tidak hanya menyajikan informasi, Republika Online juga menjadi tempat bagi komunitas. Dengan majunya teknologi informasi dan berkembangnya sosial media, Republika Online kini hadir dengan berbagai fitur baru yang merupakan gabungan komunikasi media digital. Informasi yang disampaikan

diperbarui secara berskala yang terangkum dalam sejumlah kanal, yang menjadikannya sebuah situs berita yang bisa dipercaya. Saat ini, Republika Online hadir dalam dua Bahasa, yaitu bahasa Inggris dan bahasa Indonesia.

Media Online Kompas.com

Pada awalnya Kompas.com dimulai pada tahun 1995 dengan nama Kompas Online. Kompas Online hanya memiliki peran sebagai media online dari Harian Kompas. Kemudian pada tahun 1998 Kompas Online beralih menjadi Kompas.com dengan memfokuskan mengembangkan desain, isi dari media online, dan metode pemasaran yang baru. Kemudian pada tahun 2008 Kompas.com tampil dengan perubahan yang sangat signifikan, yaitu merubah tata letak logo dan terdapat konsep baru, yaitu penampilannya lebih elegan dan mengedepankan unsur *user-friendly* dan *advertiser-friendly*. Perubahan inilah yang menjadikan Kompas.com menjadi sumber informasi lengkap yang tidak hanya menampilkan berita dalam bentuk tulisan saja, tetapi dalam bentuk gambar, video, bahkan terdapat *live streaming*.

Dengan adanya perubahan tampilan secara signifikan, membuat Kompas.com memiliki penambahan pengunjung aktif, pada awal tahun 2008 tercatat bahwa terdapat 20 juta pembaca aktif perbulan dan total 40 juta *page views* perbulan. Pada tahun 2008 juga, Kompas.com mulai menampilkan kanal-kanal di halaman depannya. Kanal-kanal ini didesain sesuai tema dan karakter berita. Kanal-kanal tersebut yaitu: KOMPAS Female, KOMPAS Bola, KOMPAS Health,

KOMPAS Tekno, KOMPAS Entertainment, KOMPAS Otomotif, KOMPAS Properti, KOMPAS Images, KOMPAS Karier,

Soft News

Berita ringan atau yang biasa disebut dengan *soft news* adalah jenis berita yang bentuknya ringan yang lebih menekankan kepada ketertarikan manusia. *Soft news* lebih berfokus kepada sisi menarik pada suatu peristiwa. *Soft news* juga berisikan informasi yang penting dan menarik disajikan secara mendalam, tetapi sifatnya tidak harus disampaikan kepada publik saat itu juga.

Nilai Berita

Media online memiliki fungsi penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Dalam menjalankan fungsinya, media online harus menyajikan beita sesuai dengan fakta yang ada di lapangan tanpa perlu melebih-lebihkan berita tersebut. Layak atau tidaknya sebuah peristiwa untuk dijadikan berita dapat dilihat dari nilai berita.

Nilai berita merupakan unsur dan tolok ukur yang dijadikan patokan terhadap fakta berita yang layak untuk diberitakan, untuk disebarluaskan kepada masyarakat melalui media massa, baik media massa cetak maupun media massa online (Eriyanto, 2002). Menurut (Budiman, 2005), suatu peristiwa yang terjadi dapat dianggap layak untuk diberitakan apabila mengandung salah satu atau beberapa nilai berita yaitu sebagai berikut: (1) objektif, artinya berita sesuai dengan fakta yang ada, (2) aktual, peristiwa yang terjadi masih baru, (3) luar biasa, suatu peristiwa yang terjadi bersifat tidak umum dan peristiwa tersebut merupakan peristiwa besar,

(4) penting, artinya suatu peristiwa dapat memberikan pengaruh dan dampak bagi banyak orang, dan (5) jarak, berdasarkan letak geografis, budaya, dan psikologis. Masih terdapat beberapa nilai berita, tetapi lima nilai berita di atas dianggap sebagai nilai utama dalam layaknnya berita untuk dibagikan.

Kredibilitas Berita

Berita merupakan salah satu media bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi. Menurut Hall (2002) dalam (Ode, 2014) kredibilitas berita dapat memberikan pengaruh bagi masyarakat untuk membangun kepercayaan pada media atau portal berita. Pada awal abad ke-18, nilai kredibilitas berita pada media dianggap sebagai hal yang buruk bagi jurnalis maupun pembacanya karena pada saat itu jurnalis menuliskan berita berdasarkan opini mereka. Nilai-nilai berita menjadi hal yang diabaikan selama hamper seabad di dunia barat. Masalah tersebut cukup fatal apabila nilai berita diabaikan. Masuk abad ke-19, nilai kredibilitas berita mulai dianggap sebagai hal yang penting dalam memuat berita.

Menurut Flanagan dan Metzger (2000) dalam (Ode, 2014) untuk mengukur kredibilitas suatu berita dapat dengan menggunakan konsep multidimensional, yaitu berita dapat dipercaya (*believability*), terdapat akurasi dalam suatu berita (*accuracy*), dan kelengkapan pada berita (*completeness*).

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam pembuatan penelitian adalah metode penelitian kualitatif. Menurut (Hasan, 2022)

dalam buku yang berjudul *Metode Penelitian Kualitatif* Ia menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan menjawab pertanyaan atau membahas permasalahan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi secara mendalam mengenai masalah-masalah yang terjadi dilingkup manusia dan sosial. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah menjabarkan secara rinci suatu fenomena yang terjadi, membahas apa yang sebenarnya terjadi sesuai dengan temuan di lapangan.

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi. Menurut Marying (2000) dalam (Kriyantono, 2006) analisis isi kualitatif merupakan pendekatan yang empiris dan analisis yang terkontrol pada tulisan dalam konteks komunikasi, analisis isi mengikuti aturan dan selama proses analisis peneliti akan melalui tahap-tahap tertentu tanpa adanya sejumlah kuantifikasi. Terdapat dua kategori yang akan dianalisis, yaitu tema dan ide utama dari teks primer dan yang kedua ialah informasi yang tersirat.

Analisis isi pemberitaan dilakukan mulai dari bulan Mei 2022 hingga bulan Juni 2022 dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan analisis isi berita pada Kompas.com dan Republika.co.id. Penelitian ini akan mengungkap kekredibilitasan antara republika dan Kompas.com dalam menyampaikan berita yang bertema pencurian data melalui fitur *Add Yours* di Instagram.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam pembuatan penelitian ini adalah:

- a. Observasi

Observasi merupakan metode lain yang ada dalam mengumpulkan sumber data pada penelitian kualitatif. Observasi lebih ditekankan untuk mendeskripsikan serta menguraikan fenomena riset dengan cara mengamati objek penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan observasi nonpartisipan yaitu, metode observasi di mana peneliti hanya melakukan observasi tanpa ikut serta melakukan kegiatan yang dilakukan oleh objek dari penelitian (Kriyantono, 2006).

b. Dokumentasi

Sumber data dokumentasi merupakan pengumpulan data dari catatan suatu kejadian dalam bentuk tulisan, rekaman, dan foto-foto yang terkait dengan masalah penelitian. (Kriyantono, 2006) menjelaskan bahwa terdapat jenis dari dokumentasi diantaranya adalah buku teks, buku harian individu yang sedang diteliti, berita pada media massa, video wawancara yang diunggah melalui YouTube, surat pribadi, hingga unggahan di media sosial. Pada penelitian ini, bentuk dokumentasi yang dilampirkan berupa tangkapan gambar dari media massa online.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan observasi. Observasi adalah metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek yang akan diteliti. Metode observasi bisa diterapkan untuk meneliti penelitian yang memiliki

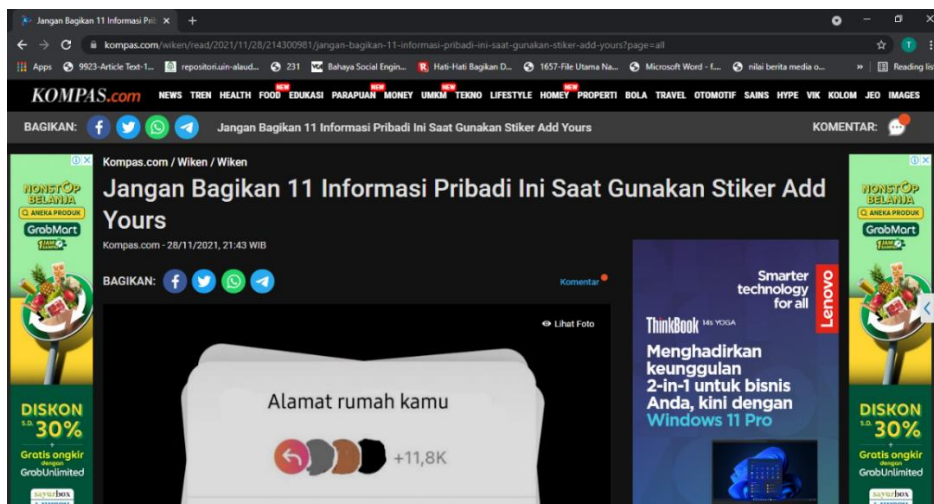
kaitan dengan teori konstruksi sosial, yaitu peneliti mengumpulkan data tentang suatu masalah sehingga peneliti dapat menjelaskan keterkaitan realitas simbolik. Peneliti akan melakukan teknik berita dengan melakukan analisis perbandingan nilai kredibilitas berita, yaitu faktualisasi, akurasi, dan kelengkapan berita.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses pengumpulan data yang dapat mempermudah peneliti dalam menarik kesimpulan. Menurut Bodgan dalam Sugiyono analisis data merupakan mencari dan Menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, analisis, penelitian di lapangan, dan sebagainya sehingga penemuannya dapat mudah dipahami oleh banyak orang.

Menurut Miles dan Huberman (1992) dalam (Rijali, 2018) analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan, salah satunya adalah penyajian data. Miles dan Huberman membatasi penyajian data sebagai kumpulan informasi tersusun yang dapat memberikan kemudahan untuk menarik kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat menggunakan teks naratif, matriks, bagan, dan grafik. Bentuk-bentuk penyajian data tersebut menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih sehingga peneliti dapat dengan mudah menarik kesimpulan. Apabila kesimpulan telah didapat, proses selanjutnya adalah memverifikasi apakah kesimpulan tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan atau tidak.

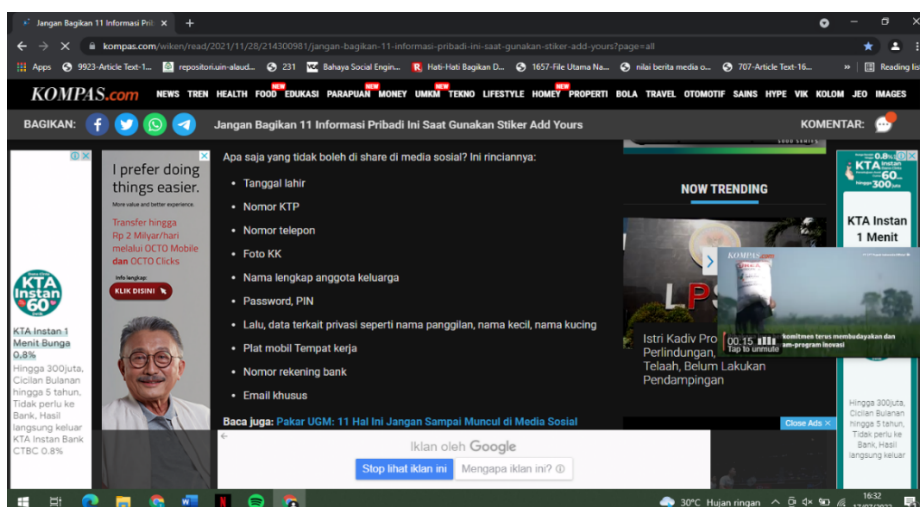
HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Portal Berita KOMPAS.com

Pada portal berita Kompas.com terdapat berita dengan judul “Jangan Bagikan 11 Informasi Pribadi ini Saat Gunakan Stiker *Add Yours*” berita tersebut termasuk ke dalam kategori berita *Soft News*, menurut Rusman & Utud (2017) dalam (Fadhlurrahman, 2021) *soft news* merupakan segala bentuk informasi penting dan menarik yang diulas secara mendalam, tetapi berita tersebut bersifat tidak harus segera tayang.

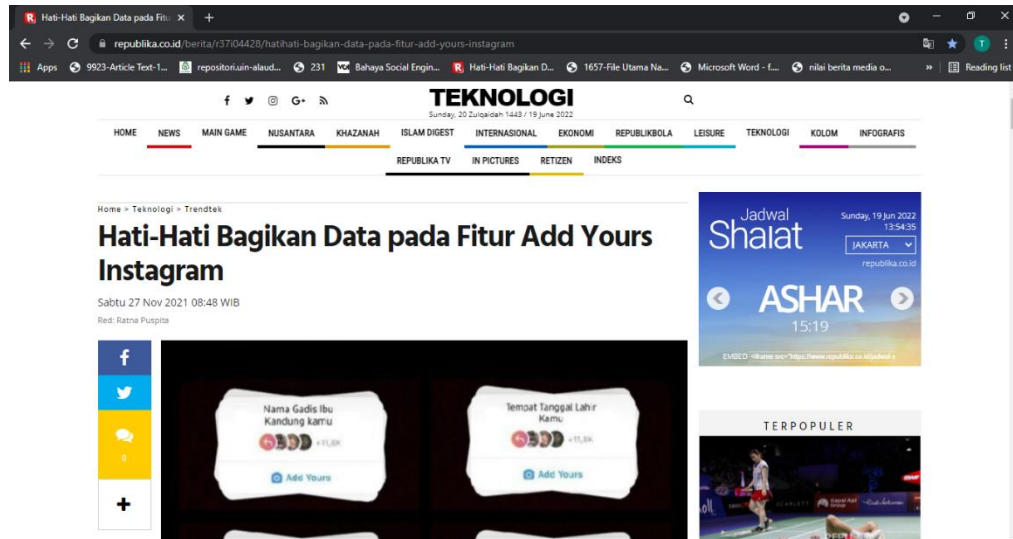
Pada berita tersebut, portal berita Kompas.com memberikan informasi seputar hal-hal yang tidak boleh dibagikan melalui media sosial, terutama tidak membagikan informasi pribadi guna memenuhi tantangan yang ada pada fitur stiker *add yours* di Instagram. Selain itu, Kompas.com juga memberikan rincian mengenai data pribadi apa saja yang seharusnya tidak perlu dibagikan, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. Rincian informasi data pribadi

Kemudian saya membandingkan dengan berita yang memiliki temasma, tetapi diambil dari portal berita yang berbeda. Saya membandingkan berita yang dimuat pada

Kompas.com dengan Republika.co.id. yang berjudul "Hati-Hati Bagikan Data pada Fitur Add Yours Instagram"



Gambar 3. Portal Berita Republika.co.id

Walaupun kedua berita tersebut memiliki tema yang sama, tetapi kedua portal tersebut memiliki nilai kredibilitas yang ada. Pada portal berita Republika.co.id terdapat kekurangan yaitu seperti tidak adanya informasi lengkap apa saja yang tidak boleh dibagikan melalui media sosial. Oleh karena itu, saya telah melakukan analisis kredibilitas isi kedua portal berita yang dilihat melalui kefaktualan berita, akurasi berita, dan kelengkapan berita sebagai berikut:

Kefaktualan Berita

Pada proses analisis kefaktualan berita, peneliti menggunakan analisis subdimensi *factualness*. Menurut (Purnama, 2019) subdimensi *factualness* adalah nilai kefaktualan suatu berita yang dilihat dari sumber berita didapatkan darimana, apakah fakta yang diberitakan sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan. Dibandingkan dengan Republika.co.id, berdasarkan analisis

yang telah peneliti lakukan, portal berita Kompas.com menyajikan kefaktualan berita lebih baik, karena tidak hanya menyampaikan isi pembicaraan dari komunikator saja, tetapi penulis berita Kompas.com juga menambahkan informasi mengenai perihal apa saja yang tidak boleh dibagikan melalui media sosial, terutama melalui fitur *add yours* pada Instagram.

Akurasi Berita

Akurasi merupakan nilai yang memiliki pengaruh terhadap penilaian suatu media maupun penilaian terhadap jurnalis yang menulis berita tersebut. Akurasi berarti ketepatan yang bukan hanya berfokus pada detail spesifik berita, tetapi juga kesan umum, cara penyampaian berita, dan penekanan pada suatu peristiwa (Juditha, 2013).

Menurut (Handiyani, 2017) akurasi berita dinilai berdasarkan pencantuman sumber berita, kesesuaian tanda baca dan ejaan

penulisan, kesesuaian judul dengan isi berita, kesesuaian media atau gambar yang dicantumkan, dan analisis cek dan *re-check*. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, Kompas.com memiliki sumber rujukan dari mana berita tersebut dibuat, hal ini membuat Kompas.com memiliki kredibilitas yang jelas mengenai sumber rujukan dari berita yang dimuat.

Kelengkapan Berita

Kelengkapan berita merupakan bagian yang dapat menunjukkan layak atau tidaknya sebuah berita untuk disajikan berdasarkan kelengkapan informasi yang terdapat di dalam berita tersebut. Kelengkapan informasi suatu berita dapat dilihat dari unsur berita yang terdapat di dalamnya, unsur berita tersebut terdiri dari 5W + 1H (*what, when, where, who, why, and how*) (Handiyani, 2017).

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, portal berita Kompas.com lebih banyak memuat informasi mengenai rincian data pribadi apa saja yang seharusnya tidak dibagikan melalui media sosial, khususnya pada fitur *add yours* di Instagram. Jadi, dalam konteks kelengkapan berita Kompas.com lebih lengkap dalam memuat informasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis isi ketiga aspek penelitian yaitu kefaktualan berita, akurasi berita, dan kelengkapan berita dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai kredibilitas portal berita Kompas.com memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan Republika.co.id. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana Kompas.com

menyajikan berita dengan kategori *soft news* kepada masyarakat. Informasi yang diberitakan oleh Kompas.com lebih mendalam dan lebih rinci mengenai apa saja yang tidak seharusnya dibagikan melalui media sosial, terutama pada fitur *Add Yours* di Instagram.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu, penelitian mengenai kredibilitas berita dapat dilakukan melalui media lain seperti media cetak dan media elektronik dengan portal berita sebagai objek penelitian. Karena penelitian ini hanya dilakukan kurang lebih selama satu setengah bulan, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan analisis dengan durasi waktu yang lebih lama agar mendapatkan hasil yang lebih valid. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti dapat menggunakan metode penelitian lain supaya hasil penelitian bervariasi, tidak hanya dengan menggunakan metode penelitian kualitatif analisis isi. Sehingga dengan adanya berbagai metode penelitian mengenai kredibilitas portal berita, nantinya hasil penelitian tersebut dapat menambah bahan bacaan dan pengetahuan mengenai kredibilitas portal berita.

DAFTAR PUSTAKA

Abraham, F. (2014). PEMANFAATAN MEDIA ONLINE TERHADAP INTERAKSI SOSIAL MASYARAKAT. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 172-174.

- Budiman, K. (2005). Dasar-Dasar Jurnalistik. *PELATIHAN JURNALISTIK*, 2-4.
- Effendy, O. U. (2018). *ILMU, TEORI, DAN FILSAFAT KOMUNIKASI* (Vol. 2). Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto. (2002). *ANALISIS FRAMING: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. 2002: LKiS Yogyakarta.
- Fadhlurrahman, A. (2021). Peran Editor dalam Proses Produksi Program Berita Dinamika News di MGSTV Bogor. 2-4.
- Fernanda, A. (2021). KEBOCORAN DATA PRIBADI MELALUI FITUR STICKER DI DALAM PLATFORM INSTAGRAM. *SEMINAR NASIONAL TEKNOLOGI DAN MULTIDISIPLIN ILMU*, 154-155.
- Handiyani, P. (2017). Kredibilitas Portal Berita Online Dalam Pemberitaan Peristiwa Bom Sarinah Tahun 2016 . *Jurnal komunikasi*, 59-62.
- Hasan, M. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Klaten: Tahta Media Group.
- Juditha, C. (2013). Akurasi Berita dalam Jurnalisme Online (Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal Berita Detiknews). *Jurnal Pekommas*, 147-149.
- Kompas.com, T. R. (n.d.). *Kompas.com: About Us*. Retrieved from Kompas.com: <https://inside.kompas.com/about-us#:~:text=Kompas.com%20adalah%20salah%20satu,Kompas%20yang%20terbit%20hari%20itu>.
- Kriyantono, R. (2006). *TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI KUANTITATIF DAN KUALITATIF* . Jakarta: Prenada Media Group.
- Manggolo, A. N. (2020). Strategi Peliputan Berita Wartawan Majalah Suluh. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5, 107-108.
- Nur, E. (2021). PERAN MEDIA MASSA DALAM MENGHADAPI SERBUAN MEDIA ONLINE. *MAJALAH ILMIAH SEMI POPULER KOMUNIKASI MASSA*, 62-64.
- Ode, C. A. (2014). KREDIBILITAS PEMBERITAAN PADA PORTAL BERITA ONLINE KOMPAS.COM (Suatu Studi Analisis Isi). *Skripsi UIN Alauddin Makassar*, 26-28.
- Poentarie, E. (2015). KOMPARASI KEBENARAN, RELEVANSI, KESEIMBANGAN DAN NETRALITAS DALAM PEMBERITAAN. *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, 3-5.
- Purnama, F. Y. (2019). PEMBERITAAN KEKERASAN DALAM KELUARGA DI SKH JAWA POS. *Public Corner*, 84-86.
- Putri, V. K. (2022, Januari 4). *Pengertian Soft News dan Cirinya*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/04/100000269/pengertian-soft-news-dan-cirinya>
- Redaksi, T. (n.d.). *Anniversary Republika.co.id*. Retrieved from republika.co.id: <https://www.republika.co.id/page/anniversary>
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 92-94.
- Romli, K. (2016). *KOMUNIKASI MASSA*. Jakarta: PT Grasindo.
- Suciati, T. N. (2020). LAYAK BERITA KE LAYAK JUAL: NILAI BERITA JURNALISME ONLINE INDONESIA DI ERA ATTENTION ECONOMY. *JURKOM: Jurnal Riset Komunikasi*, 55-56.