

TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP PEMBERITAAN DI MEDIA MASSA DARING DI KOTA GARUT

Zikri Fachrul Nurhadi¹, Haryadi Mujianto²

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Garut

Article Info

Article history:

Received Dec 6, 2020

Revised May 17, 2020

Accepted June 28, 2020

Keywords:

Mass Media

Online Mass Media

Level of Trust

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena maraknya bermunculan nama-nama baru media massa daring. Tidak hanya media massa yang sudah terdaftar resmi izinnya saja, bahkan akun media sosial yang menyajikan konten berita pun semakin banyak. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui tingkat kepercayaan khalayak terhadap pemberitaan di media massa daring. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa yang berkuliah di Jawa Barat. Penentuan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan rumus slovin adalah sebanyak 99 orang responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, kuesioner dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat percaya terhadap informasi dari yang berasal dari media massa daring.

Corresponding Author:

Zikri Fachrul Nurhadi

Universitas Garut

Jalan Raya Samarang Jalan Hampor No.52A, Kabupaten Garut, Indonesia

Email: zikri_fn@uniga.ac.id

PENDAHULUAN

Digitalisasi telah membawa peranan penting hampir di segala aspek kehidupan. Seperti halnya komunikasi yang dalam hal ini, persebaran informasi di media massa yang semula marak disebar dalam bentuk koran, majalah dan sebagainya berubah menjadi sistem *paperless* yang kini tidak lagi menggunakan kertas, namun berubah menggunakan media massa *online* atau daring (dalam jaringan). Media massa daring ini awalnya dikenal dengan istilah *New Media* atau media baru. Izzati (2015) menyatakan bahwa kemunculan media baru tersebut mengubah cara masyarakat mendapatkan informasi melalui media. Awalnya, masyarakat mendapatkan informasi dan berita melalui media lama, seperti surat kabar, majalah, atau televisi. Namun setelah berkembangnya media baru, masyarakat juga mendapatkan informasi melalui media online yang dianggap lebih

mudah diakses dan bersifat real time. Media lama pun akhirnya lama kelamaan mulai ditinggalkan, khususnya media cetak seperti surat kabar dan majalah. Untuk dapat terus berkompetisi sebagai sumber informasi masyarakat, media cetak pun melakukan inovasi dengan cara berkonvergensi. Konvergensi adalah penggabungan dari beberapa jenis media dan hadir dalam bentuk digital. Hal ini tentunya mendorong industri media massa bekerja secara lebih efektif, efisien dan *real-time*.

Media massa daring mengambil peran penting terlebih di masa pandemik ini. Dimana di masa ini banyak terjadi pergeseran dalam gaya hidup, bisnis maupun cara mengkonsumsi produk. Ketua Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI), Wenseslaut Manggut dalam acara dialog strategis antara 100 pemimpin media dengan Gubernur Jawa Timur, Selasa (5/5/2020) menyatakan bahwa pembelian makanan via online meningkat pesat, pesan obat-obatan meningkat, beli jamu, conference call, zoom, dan update informasi Covid. Semua yang offline pindah ke online. Traffic atau jumlah pembaca media online naik dengan kisaran 50-60% dibanding periode yang sama tahun lalu. Artinya, pada masa pandemik, media online adalah medium yang efektif menyampaikan pesan.

Fenomena menarik muncul diantaranya maraknya bermunculan nama-nama baru pelaku usaha media massa. Tidak hanya media massa yang sudah terdaftar resmi izinnya saja, bahkan akun-akun media sosial yang berisikan konten berita pun semakin banyak. Media sosial yang kerap digunakan sebagai media massa daring diantaranya adalah Facebook, Twitter, Youtube dan Instagram.

Rosemarwati dan Lindawati (2019) menunjukkan sebuah hasil riset bahwa 9 dari 10 jurnalis menggunakan media sosial sebagai sumber berita meski mayoritas masih menjadikannya sebagai sumber sekunder. Menariknya, kendati tingginya penggunaan media sosial sebagai sumber berita, sebagian besar jurnalis dalam penelitian ini justru tidak benar-benar memercayai informasi yang mereka gunakan. Implikasi dari penelitian ini adalah media sosial telah bertransformasi menjadi bagian integral dalam pekerjaan jurnalis media daring di Indonesia.

Wenseslaus (2019) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa dunia memang harus berterima kasih kepada Zuckerberg, Larry Page, dan Sergey Brin. Dua nama terakhir itu pembesut Google. Mereka memudahkan kehidupan. Pemakai berjubel. Data dari Statista yang dilansir Juli 2019, pada kuartal pertama 2019 pengguna aktif Facebook 2,38 miliar dari 4,3 miliar pengguna internet dunia. Google sekitar 1,7 miliar. Keduanya sudah menjadi kerumunan raksasa di jagat digital. Dan kerumunan itu adalah madu. Bagi keduanya, pebisnis apapun, juga bagi industri pers.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemberitaan yang disajikan media massa daring. Oleh sebab itu, maka masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemberitaan di media massa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian survey yang bersifat deskriptif. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran persepsi khalayak terhadap media massa daring, bagaimana 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: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:80). Berdasarkan definisi tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berkuliah di universitas yang ada di Kota Garut.

Berdasarkan data dari Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti), jumlah mahasiswa yang berkuliah di universitas yang berlokasi di Kota Garut jumlahnya sebanyak 6.952 Mahasiswa. (<https://pddikti.kemdikbud.go.id>- diakses 22 Juni 2020).

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan

peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:82). Hal ini dikarenakan pada penelitian ini, responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Misalnya responden yang sedang berkuliah di tingkat 2 hingga tingkat 8 saja. 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 di Kota Garut, dengan menetapkan presisi sebesar 10% (0,1) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{6.952}{1 + 6.952 (0,1)^2}$$
$$= 98,58$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 98,58 atau dibulatkan menjadi 99 orang.

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

- Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden.
- Data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung 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:

- Wawancara
Menurut Sugiyono, (2018;140) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (interview) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Objek penelitian ini menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur yaitu dimana pewawancara memberikan pertanyaan yang tidak sesuai dengan daftar pertanyaan yang sudah tertulis atau lebih fleksibel, selain itu memberikan pertanyaan kepada informan seperti integrasi pertukaran informasi dengan subjek yang diteliti dengan situasi dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti secara mendalam.
- Observasi
Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2018:145).
- Kuesioner
Menurut Sugiyono (2018:142) mengatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan

atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. 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 dilakukan sebagai upaya untuk mengolah data menjadi informasi, merubah karakteristik data sehingga dapat dipahami dengan mudah dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkenaan dengan kegiatan 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).

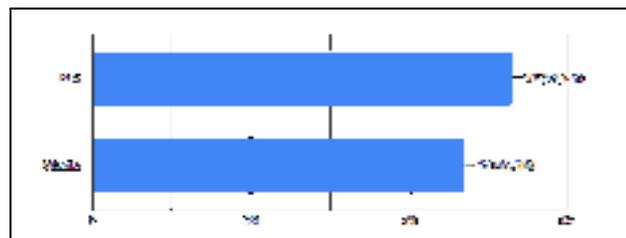
Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai skala pengukuran pernyataan dari persepsi masyarakat. Sugiyono (2018:142) mengatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. 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

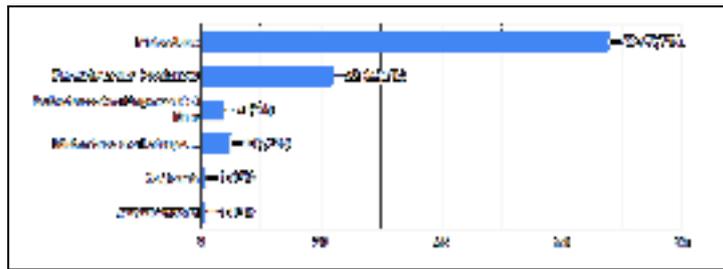
Karakteristik Responden



Gambar 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

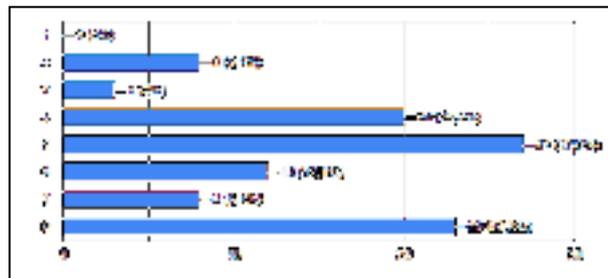
Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan data dari tabel di atas maka diperoleh informasi bahwa jumlah responden pria sebanyak 53 orang (53,5%) sedangkan jumlah responden wanita sebanyak 47 orang (47,5%).



Gambar 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan data dari tabel di atas maka diperoleh informasi bahwa jumlah responden yang berprofesi sebagai mahasiswa saja sebanyak 68 orang (68,7%), responden yang berprofesi sebagai mahasiswa dan *freelancer* sebanyak 22 orang (22,2%), responden yang berprofesi sebagai mahasiswa dan karyawan *full-time* sebanyak 4 orang (4%) dan jumlah responden yang berprofesi sebagai mahasiswa dan lainnya sebanyak 5 orang (5%).



Gambar 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkatan Semester
Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan data dari tabel di atas maka diperoleh informasi bahwa jumlah responden yang sedang menjalani kuliah di semester 2 sebanyak 8 orang (8,1%), responden yang sedang menjalani kuliah di semester 3 sebanyak 3 orang (3%), responden yang sedang menjalani kuliah di semester 4 sebanyak 20 orang (20,2%), responden yang sedang menjalani kuliah di semester 5 lainnya sebanyak 27 orang (27,3%), responden yang sedang menjalani kuliah di semester 6 sebanyak 12 orang (12,1%), responden yang sedang menjalani kuliah di semester 7 sebanyak 8 orang (8,1%) dan responden yang sedang menjalani kuliah di semester 8 sebanyak 23 orang (23,2%).

Tingkat Kepercayaan Khalayak terhadap Pemberitaan di Media Massa

Tabel 2 Tingkat Kepercayaan Khalayak terhadap Pemberitaan di Media Massa

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Jumlah	Skor	Skor Ideal
1	Kepercayaan terhadap informasi	1	80	17	1	99	279	396
		1%	81%	17%	1%	100%	70%	
2	Informasi mampu mewakili informasi yang terkini	14	71	13	1	99	296	396
		14%	72%	13%	1%	100%	75%	
3	Kepercayaan terhadap program-program yang dijalankan	0	78	21	0	99	276	396
		0%	79%	21%	0%	100%	70%	
4	Dukungan terhadap program yang dilaksanakan	1	75	23	0	99	275	396
		1%	76%	23%	0%	100%	69%	

5	Informasi yang diberikan berdasarkan fakta.	2	57	39	1	99	258	396
		2%	58%	39%	1%	100%	65%	
6	Informasi diberikan bukan hanya untuk menguntungkan pihak tertentu.	9	53	36	1	99	268	396
		9%	54%	36%	1%	100%	68%	
7	Kecurigaan terhadap informasi (<i>hoax</i>)	2	23	51	23	99	202	396
		2%	23%	52%	23%	100%	51%	
8	Informasi menyajikan berbagai kejadian/peristiwa penting	14	77	8	0	99	303	396
		14%	78%	8%	0%	100%	77%	
9	Informasi telah melalui proses evaluasi oleh tim editorial	3	65	30	1	99	268	396
		3%	66%	30%	1%	100%	68%	
10	Media massa daring terbuka dalam menerima tanggapan atau kritikan dari pembaca.	6	73	17	3	99	280	396
		6%	74%	17%	3%	100%	71%	
No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Jumlah	Skor	Skor Ideal
11	Media massa daring mampu mempertanggungjawabkan kebenaran dari informasi	3	54	41	1	99	257	396
		3%	55%	41%	1%	100%	65%	
12	Media massa daring mampu memberikan wawasan terbaik pada pembaca.	7	72	20	0	99	284	396
		7%	73%	20%	0%	100%	72%	
13	Media massa daring mampu memberikan pendidikan melalui berbagai kontennya	7	72	19	1	99	283	396
		7%	73%	19%	1%	100%	71%	
14	Media massa daring mampu membawa pola pikir pembacanya ke arah yang lebih baik	7	58	33	1	99	269	396
		7%	59%	33%	1%	100%	68%	

Data primer, 2020

Berdasarkan data dari tabel di atas maka diperoleh informasi bahwa sebanyak 70% responden setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya terhadap informasi yang diperoleh dari media massa daring. Hal ini dikarenakan sudah banyak media massa daring yang terregistrasi dan terverifikasi Dewan Pers sehingga berita yang disajikan berisi informasi yang sesuai fakta dan dapat dipertanggungjawabkan secara penuh. Sisanya sebanyak 30% responden tidak setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya terhadap informasi yang diperoleh dari media massa daring. Hal ini disebabkan banyaknya bermunculan akun-akun media sosial yang berjalan selayaknya media massa daring profesional yang hanya menyajikan informasi yang tidak sesuai fakta, bertujuan hanya untuk menguntungkan pihak tertentu bahkan diantaranya ada yang mengandung unsur penipuan.

Sebanyak 75% responden setuju terhadap pernyataan bahwa informasi dari media massa daring dianggap mampu mewakili informasi yang terkini (*up to date*). Hal ini disebabkan banyaknya media massa daring yang memiliki program *Citizen Journalism*

dimana setiap orang dapat menulis dan mengunggah informasi sekecil apapun dalam sebuah forum yang disediakan oleh media massa profesional. Selain itu media massa daring dapat diakses dimana dan kapan saja secara mudah bahkan dari *smartphone* sekalipun. Sisanya sebanyak 25% responden tidak setuju terhadap pernyataan bahwa informasi dari media massa daring dianggap mampu mewakili informasi yang terkini (*up to date*). Hal ini disebabkan banyaknya akun media sosial yang memberitakan berita-berita yang *out of date* yang terkadang dapat meresahkan masyarakat karena dikemas dengan sudut pandang opini yang menyudutkan pihak-pihak tertentu.

Sebanyak 70% responden setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya terhadap program-program yang dijalankan oleh media massa daring. Hal ini disebabkan media massa daring yang sudah profesional berusaha untuk menarik minat pembaca dengan berbagai program dan konten yang ditawarkan. Sisanya sebanyak 30% responden tidak setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya terhadap program-program yang dijalankan oleh media massa daring. Hal ini disebabkan beberapa media massa daring menjalankan program yang tidak sesuai fakta atau lebih dikenal dengan program “settingan”.

Sebanyak 69% responden setuju terhadap pernyataan bahwa mereka mendukung setiap program yang dilaksanakan oleh media massa daring. Hal ini disebabkan beberapa program media massa daring bermanfaat untuk pembaca diantaranya menambah wawasan dan pengetahuan, membangkitkan motivasi, menyentuh hati dan kesadaran masyarakat dan lain sebagainya. Sisanya sebanyak 31% tidak setuju terhadap pernyataan bahwa mereka mendukung setiap program yang dilaksanakan oleh media massa daring. Hal ini disebabkan banyaknya media massa daring yang menjalankan program yang dinilai tidak kurang bermanfaat bagi masyarakat.

Sebanyak 65% responden setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya informasi yang diberikan berdasarkan fakta. Hal ini disebabkan media massa daring yang sudah terregistrasi dan terverifikasi menyajikan konten yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Di sisi lain, sebanyak 35% responden tidak setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya informasi yang diberikan berdasarkan fakta. Hal ini disebabkan oleh banyaknya akun media sosial penyebar hoaks.

Sebanyak 68% responden setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya informasi yang diberikan bukan hanya untuk menguntungkan pihak-pihak tertentu. Hal ini disebabkan media massa daring yang sudah profesional memfilter konten yang disajikan dengan melalui dewan redaksi. Sisanya sebanyak 32% tidak setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya informasi yang diberikan bukan hanya untuk menguntungkan pihak-pihak tertentu. Hal ini disebabkan banyaknya akun media sosial yang mengaku sebagai media massa daring terdaftar yang hanya bertujuan untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya sehingga berita yang disajikan berisi informasi yang hanya untuk menguntungkan pihak-pihak tertentu.

Sebanyak 51% responden setuju terhadap pernyataan kecurigaan akan adanya kecurangan informasi (hoaks) yang disajikan media massa daring. Sisanya sebanyak 49% tidak setuju terhadap pernyataan kecurigaan akan adanya kecurangan informasi (hoaks) yang disajikan media massa daring. Sebanyak 77% responden setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya media massa daring dapat menyajikan berbagai kejadian/peristiwa penting yang sedang terjadi. Di sisi lain, sebanyak 23% responden tidak setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya media massa daring dapat menyajikan berbagai kejadian/peristiwa penting yang sedang terjadi. Sebanyak 68% responden setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya setiap informasi yang disajikan oleh media massa daring telah melalui proses evaluasi oleh tim editorial. Di sisi lain, sebanyak 32% tidak setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya setiap informasi yang disajikan oleh media massa daring telah melalui proses evaluasi oleh tim editorial. Sebanyak 71% responden setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya media massa daring terbuka dalam menerima tanggapan atau kritikan dari pembaca. Di sisi lain, sebanyak 29% tidak setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya media massa daring terbuka dalam menerima tanggapan atau kritikan dari pembaca. Sebanyak 65% responden setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya media massa daring mampu mempertanggungjawabkan kebenaran dari setiap informasi yang disajikan.

Sisanya 35% sangat tidak setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya media massa daring mampu mempertanggungjawabkan kebenaran dari setiap informasi yang disajikan. Sebanyak 72% responden setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya media massa daring mampu memberikan wawasan terbaik pada pembaca. Di sisi lain, sebanyak 28% sangat tidak setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya media massa daring mampu memberikan wawasan terbaik pada pembaca. Sebanyak 71% responden setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya media massa daring mampu memberikan pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui berbagai macam kontennya. Di sisi lain, sebanyak 29% tidak setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya media massa daring mampu memberikan pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui berbagai macam kontennya. Sebanyak 68% responden setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya media massa daring mampu membawa pola pikir pembacanya ke arah yang lebih baik. Di sisi lain, sebanyak 32% tidak setuju terhadap pernyataan bahwa mereka percaya media massa daring mampu membawa pola pikir pembacanya ke arah yang lebih baik.

Opini Khalayak Mengenai Pemberitaan dari Media Massa Daring

Pemberitaan melalui media massa daring memberikan banyak manfaat bagi masyarakat diantaranya, proses penyampaian informasi yang cepat, berita terkini (*up to date*). Hal ini dikarenakan pemberitaan melalui media daring dapat dengan mudah diakses kapan dan dimana saja bahkan melalui *smartphone* sekalipun. Di sisi lain, masyarakat diminta untuk dapat bersikap bijak dalam memilah-milah dan mencerna informasi yang didapatkan. Karena tidak menutup kemungkinan bahwa informasi yang beredar luas di masyarakat yang tersebar melalui media daring adalah berita *hoax*, mengandung unsur penipuan dan tidak dapat dipertanggung jawabkan.

Sebagian kecil masyarakat memilih untuk percaya sementara sebagian besar memilih untuk percaya dengan beberapa syarat dan kondisi. Masyarakat di Kota Garut pun kini sudah pintar dalam mencermati informasi yang beredar. Mereka dapat memfilter berita dan memeriksa kebenarannya dengan tidak menelan mentah-mentah pemberitaan yang ada. Salah satu upaya masyarakat dalam memeriksa kebenaran dari suatu informasi yang beredar di antaranya adalah mencari tahu kredibilitas sumber informasi tersebut. Dewasa ini ramai beberapa media massa daring menggagas program *citizen journalism*. *Citizen journalism* atau jurnalis warga adalah berita yang dibuat, ditulis dan diposting ke media massa daring oleh warga. Berita semacam ini dinilai bermanfaat karena dapat memberikan informasi dari berbagai penjurur. Namun di sisi lain penyusunan berita masih harus ditelusuri lagi kebenarannya karena dikhawatirkan berita tersebut hanya bertujuan untuk menguntungkan atau merugikan pihak-pihak tertentu saja.

Di masa pandemik ini dimana terdapat pergeseran dari pola hidup masyarakat, dimana hampir semua aktifitas berubah menjadi serba digital. Sehingga pemberitaan dari media daring begitu diandalkan oleh masyarakat untuk memperkaya wawasan dan pengetahuan mengenai berita terkini. Media massa ini berperan dalam memberikan informasi maupun edukasi yang dibutuhkan masyarakat terlebih di masa pandemik ini. Seperti berita perkembangan korban virus korona, daerah mana saja yang termasuk zona merah, kebijakan pembatasan sosial berskala besar, perkembangan tentang riset dalam produksi vaksin, tips pola hidup sehat agar terhindar dari penyakit hingga berita-berita hiburan seperti komedi, berita selebriti untuk menemani masyarakat melakukan aktifitas ketika di rumah.

Uraian di atas menggambarkan bahwa tidak semua informasi yang disajikan media massa daring tidak dapat dipercaya. Media massa daring di Indonesia sudah banyak yang terregistrasi dan terverifikasi oleh Dewan Pers Indonesia. Media massa daring ini tentunya menyajikan konten yang dapat dipertanggungjawabkan dan sesuai fakta di lapangan. Namun kemunculan banyaknya media massa daring yang belum terregistrasi dan terverifikasi Dewan Pers, apalagi muncul hanya dalam bentuk sebuah akun media sosial tak jarang menimbulkan keresahan di tengah masyarakat dengan menyebarkan berita yang tidak sesuai fakta. Oleh karenanya, masyarakat kini dituntut untuk aktif memilah-milah dan mencermati pemberitaan yang muncul melalui media massa daring.

PENUTUP

Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan diantaranya responden menyatakan setuju (68,51 persen) bahwa mereka percaya terhadap informasi dari media massa daring, informasi dianggap terkini, percaya dan mendukung terhadap program yang dijalankan media massa daring, percaya informasi yang diberikan berdasarkan fakta dan bukan hanya untuk menguntungkan pihak tertentu, media massa daring dapat menyajikan berbagai peristiwa penting, setiap informasi yang disajikan oleh media massa daring telah melalui proses evaluasi, media massa daring terbuka dalam menerima tanggapan dari pembaca, mampu mempertanggungjawabkan kebenaran, mampu memberikan wawasan terbaik pendidikan baik berbagai macam kontennya dan membawa pola pikir pembacanya ke arah yang lebih baik.

Saran yang diberikan diantaranya bahwa masyarakat harus dapat mencermati pemberitaan yang beredar di media massa daring dengan cara melihat sumber atau media massa daringnya seperti apa, apakah sudah teregistrasi, apakah sudah terverifikasi. Media massa daring ini sangat bermanfaat bagi masyarakat karena disamping dapat memberikan informasi yang terkini dan cepat, media massa daring ini juga dapat diperoleh dengan cuma-cuma dengan akses internet. Sehingga bila dirasakan mendapati informasi yang kurang meyakinkan, masyarakat sebaiknya meng*cross-check* terlebih dahulu kebenarannya dengan cara membandingkan dengan berita di media massa daring yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Amaliasari dan Satriani. (2018). Tingkat Kepercayaan Khalayak Terhadap Pemberitaan Media Massa Di Kota Bogor. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*. Volume 16. Nomor 2.
- Alamsyah, Amaliasari dan Satriani. (2018). Relasi Tingkat Kepercayaan Khalayak Terhadap Pemberitaan di Media Massa dengan Budaya Membandingkan Informasi. *Jurnal Komunikasi*. Volume 10. Nomor 2.
- A.S., Aa Bambang. (2014). Periode Perkembangan Media Massa. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. Volume 18 Nomor 1.
- Bajari, Atwar. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren dan Etika*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Berger, Charles R, Rolof, Michael E dan Roskos-Ewoldsen, David R. (2015). *Handbook Ilmu Komunikasi*. Cetakan III. Bandung: Nusa Media.
- Biagi, S. (2010). *Media/Impact: Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, Dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Eriyanto. (2012). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKis Yogyakarta.
- Cangara, Hafied. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. (2013). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Izzati, Navia. (2015). Strategi Konvergensi Media Cetak Ke Media Online (Studi Pada Perubahan Platform the Student Globe). *Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie*. Volume 3. Nomor 3.
- Khatimah, Husnul. (2018). Posisi dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. Volume 16. Nomor 1.
- L. Berger & Thomas Luckmann. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Manggut, Wenseslaus. (2019). Meretas Kembali Jalan Jurnalisme di Era Digital. *Jurnal Dewan Pers*. Edisi 20.
- Nurliah. (2018). Konvergensi dan Kompetisi Media Massa dalam Memenangkan Pasar di Era Media Digital di Makassar. *Jurnal Tabligh* Volume 19. Nomor 1.
- Morissan, Wardhani, Andy Corry dan Hamid U, Farid. (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Cetakan ke 2. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Mulyana, Deddy. (2014). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy & Solatun. (2013). Metode Penelitian Komunikasi: contoh-contoh penelitian kualitatif dengan pendekatan praktis. Cetakan ke 3. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. (2015). Teori-Teori Komunikasi: Teori Komunikasi dalam Perspektif Penelitian Kualitatif. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Raturahmi, Leadya. (2018). Perilaku Penggunaan Media Massa Pada Masyarakat Perdesaan. Jurnal Riset Komunikasi. Volume 1. Nomor 2.
- Rosemarwati dan Lindawati. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Sumber Berita Oleh Jurnalis Media Daring Di Indonesia. Jurnal Studi Komunikasi dan Media. Volume 23 No. 2.
- Sugiyono, (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, alfabeta, Jakarta.
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, alfabeta, Jakarta.
- Sugiyono, (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, alfabeta, Jakarta.
- www.forlap.dikti.go.id-(diakses 1 April 2020)