

Sumber Berita *Netizen* dalam Perspektif Etika Jurnalistik (Studi Kasus pada Media *Online* Jogja.tribunnews.com)

Netizen News Sources in the Journalistic Ethics Perspective (Case Study in Online Media Jogja.tribunnews.com)

Winarni¹⁾, Rani Dwi Lestari²⁾

^{1,2} Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Jl. Ringroad Utara Depok Sleman, Yogyakarta 55283. Telp. 085729530935, 0274-584922

wiwino@gmail.com¹⁾, aieramaharani@gmail.com²⁾

Diterima : 12 Desember 2018 || Revisi : 24 Februari 2019 || Disetujui: 14 Maret 2019

Abstrak – Revolusi digital telah meubah praktik jurnalisme era *new media* dengan perwajahan jurnalistik yang lebih variatif. Salah satunya, muncul fenomena penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita pada produksi berita di media online. Gejala perkembangan berita tidak lepas dari pengaruh opini *netizen* yang hadir untuk memberikan komentar atau *statement* terhadap suatu isu di ranah virtual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita pada media online dalam perspektif etika jurnalistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa komentar *netizen* sebagai sumber berita merupakan proses produksi konten berita pada media online dengan mengambil komentar *netizen* melalui pengamatan dunia virtual. Berdasarkan perspektif etika jurnalistik, komentar *netizen* sebagai sumber berita bukan merupakan sebuah pelanggaran selama memenuhi persyaratan kredibilitas dan verifikasi. Sementara dari sisi kredibilitas, ditemukan bahwa beberapa sumber dari *netizen* tidak memenuhi standar kredibilitas sumber berita.

Kata Kunci: etika jurnalistik, kredibilitas, media online, *new media*, *statement netizen*

Abstract – The digital revolution has changed the practice of new media era journalism with a various journalistic display. One of them is the phenomenon of the use Netizens's statement as a source of news on the news production in online media. The flaming of the development of the news cannot be separated from the influence of netizen opinion on giving comments or statements on an issue in the virtual realm. This study departs from the purpose of knowing how to use statement of netizens as news sources on online media in a journalistic ethical perspective. This study uses a qualitative approach with a case study method. The results showed that the use of statement from netizens as a source of news was the process of producing news content on online media by taking netizen comments through observing the virtual world. From a journalistic ethics perspective, the use of the statement of netizens as a news source is not a violation as long as it fulfills the credibility and verification requirements. While in terms of credibility, it was found that some sources from netizens did not meet the credibility standards of news sources.

Keywords: credibility, journalistic ethics, netizen statement, new media, online media

PENDAHULUAN

Berita merupakan produk utama jurnalistik dalam memenuhi kebutuhan naluri manusia yang ingin tahu dalam memberikan informasi kepada khalayak tentang suatu peristiwa. Berita yang dicari oleh seorang reporter merupakan laporan tentang fakta yang terlibat dalam suatu peristiwa, namun bukan hakiki dari peristiwa itu sendiri (Suhandang, 2016). Peristiwa merupakan objek utama yang dicari dalam sebuah peliputan. Oleh sebab itu, seorang jurnalis harus memahami apa itu berita dan berita apa yang layak diinformasikan kepada publik. Alasannya sebuah berita akan berada di ranah publik yang kemudian dikonsumsi secara viral dan bersamaan. Dinamika jurnalistik mengalami perkembangan cukup kompleks

sebagai salah satu aspek komunikasi massa yang sering mendapat perhatian masyarakat. Jurnalistik diidentikan dengan proses atau aktivitas penyebarluasan berita di media massa. Jika dulu media *online* hadir sebagai *new media*, maka sekarang ini dikenal adanya jurnalistik media *online*. Setiap media memiliki media tersendiri untuk menyajikan berita yang akan dikonsumsi secara *online*.

Salah satu elemen penting yang harus dipegang seorang jurnalis adalah 'Independensi terhadap sumber berita' (Kovach, 2001). Hal ini untuk meminimalisasi terjadinya bias informasi. Jurnalis harus bersikap independen dalam menjaga akurasi data terhadap berita yang dibuat. Sehingga verifikasi sumber merupakan perihal penting yang harus

dilakukan sebelum berita sampai ke publik. Di era *new media*, akurasi data dalam proses penyusunan berita dapat menjadi hal sekunder. Kecepatan dalam penyebaran berita menjadi suatu hal yang substansial sehingga kerap mengabaikan kelengkapan dan mengorbankan akurasi (Sukarno, 2015).

Akurasi merupakan integritas profesi dari seorang jurnalis. Seorang jurnalis harus memiliki keahlian kritis terhadap setiap informasi serta cakap dalam melakukan verifikasi untuk meneliti keabsahan dari berita yang akan dimuat (Bush, 1970). Namun di era *new media*, proses kerja jurnalis mengalami transformasi dinamis dari segi teknis. Kemudahan yang disediakan internet membuat proses peliputan berita tidak lagi dilakukan secara manual oleh seorang jurnalis. Proses instan dilakukan tanpa harus mendatangi sebuah peristiwa namun sudah bisa mendapatkan data untuk menulis berita. Pergeseran inilah yang mengakibatkan adanya revolusi kerja jurnalis terhadap pembuatan karya jurnalistik. Salah satunya ialah menjadikan *statement netizen* sebagai sumber berita.

Statement netizen hadir sebagai bentuk baru dalam permodelan jurnalisisme *online* di era *new media*. *Statement netizen* merupakan komentar dari warga-*net* yang aktif menggunakan internet pada suatu isu yang hadir di ruang publik baik media sosial maupun media massa sebagai bentuk aspirasi penggunaan ruang publik. Sumber berita yang berjudul “Konstruksi *statement netizen*” hadir pada isu pemberitaanaat media menghadirkan berita yang mengandung unsur provokatif, kontroversi, maupun menarik perhatian pembaca. Secara langsung akan mendapat respon secara masif dari masyarakat virtual yang melontarkan berbagai *statement* berbeda-beda. Pro dan kontra sudah menjadi hal biasa dalam likaliku kehidupan sosial media. Dari kasus inilah bentuk inovasi kekinian muncul dengan memanfaatkan pergolakan *netizen* dalam melontarkan *statement*-nya menjadi sebuah sumber yang akan dijadikan berita untuk diviralkan kembali.

Ruang virtual menjadi mediasi utama untuk mendapatkan informasi, yang dihuni oleh *virtual society* atau disebut *netizen*. Gejolak perkembangan berita tidak lepas dari pengaruh opini *netizen* yang hadir untuk memberikan komentar atau *statement* terhadap pemberitaan yang disajikan. Kehebohan sebuah berita bahkan dinilai dari seberapa banyak *netizen* merespon berita tersebut dari jumlah suka (*like*), komentar (*comment*), bagi (*share*), dan lalu

lintas (*traffic*) pengunjung yang hadir dalam situs berita yang disediakan oleh media arus utama.

Informasi-informasi untuk menunjang isi berita didapat dari *statement netizen* dalam mengomentari sebuah isu. Saat ini media sosial menyediakan informasi yang siap saji karena hampir setiap hari ada isu baru yang dikomentari oleh para penggunanya (Utomo, 2016). Data yang diperoleh dari komentar *netizen* tersebut ditransformasikan menjadi berita baru yang siap untuk diviralkan secara aktual. Berita baru tersebut merupakan berita yang isi kontennya hasil dari *statement netizen*. Sementara itu, sumber berita yang berasal dari *statement netizen* di ruang virtual, masih dipertanyakan kredibilitasnya, mengenai kesesuaian dengan kaidah etika jurnalistik yang berlaku. Berdasarkan kasus ini, terdapat revolusi jurnalisisme baru yang semakin berkembang dan inovatif menyesuaikan perkembangan arus digital yang semakin dinamis.

Penelitian tentang kredibilitas pemberitaan pada media *online* sudah pernah dilakukan. Salah satunya oleh Canggih Araliya Aprianti Ode dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Tahun 2015, dengan judul “Kredibilitas Pemberitaan pada Portal Berita Online Kompas.com” (Suatu Studi Analisis Isi) dapat dijadikan gambaran dalam mengukur kredibilitas sumber berita. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan analisis isi dengan dimensi multi-dimensional, yaitu akurasi, kepercayaan, bias, dan kelengkapan. Kesimpulan dari analisis penelitian tersebut menunjukkan bahwa media *online* masih memiliki kredibilitas apabila produksi berita sesuai dengan kaidah jurnalistik yang berlaku. Konten berita dapat dikatakan kredibel apabila media tersebut tetap mematuhi asas profesional jurnalisisme, meski pada media *online* kecepatan merupakan hal utama namun ketepatan harus menjadi spesifikasi dalam akurasi berita (Ode, 2015).

Statement netizen menjadi penting hingga menimbulkan gejolak dari pasang surutnya sebuah isu di media. Asumsi dari *statement netizen* berupa komentar atas sebuah isu dapat dijadikan sumber berita meskipun *netizen* sebagai sumber berupa akun anonim sehingga produksi berita tanpa memperdulikan kredibilitas. Fenomena akun anonim inilah yang menjadi pergeseran sumber informasi (Ari Kurnia, 2017). Jogja.tribunnews.com salah satu media *online* paling banyak dikunjungi oleh pembaca di Jogja untuk dijadikan rujukan dalam memperoleh informasi, Jogja.tribunnews.com merupakan anak dari

Tribunnews.com yang menduduki peringkat pertama *Top Sites in Indonesia* berdasarkan data dari www.alexacom (akses 24 November 2018).

Jogja.tribunnews.com berupaya menyajikan ragam berita untuk menarik pembaca, yaitu dengan menggunakan *netizen* sebagai kiblat terhadap sumber data dari berita yang dibuat. Data yang didapat atau sumber berita untuk membuat karya jurnalistik diperoleh dari hasil *statement netizen* yang mengomentari atau merespon sebuah isu di media sosial. Seorang jurnalis atau redaktur akan mengambil data berupa *statement netizen* dari media online lalu mengasumsikan data tersebut untuk diolah menjadi informasi tanpa mengetahui kredibilitas sumber yang didapat.

Kredibilitas sumber berita menjadi acuan penting dalam penulisan berita guna menentukan efektivitas suatu komunikasi. Kredibilitas sumber didefinisikan sebagai hal pengidentifikasian suatu sumber informasi agar dianggap sebagai kredibel oleh pembaca (Soenarno, 2015). Dalam kasus ini, seorang jurnalis akan membuat konklusi sepihak untuk menjadikan akun-akun pembuat komentar yang mengeluarkan *statement* terhadap suatu isu, sebagai data tunggal terhadap berita yang akan dimuat.

Tolak ukur seorang jurnalis menjadikan *statement netizen* sebagai sumber berita masih bias dan tidak bisa dipertanggungjawabkan. *Statement* tersebut juga tidak jelas ruang lingkupnya, diambil dari mana dan bagaimana izin dari *netizen* yang bersangkutan. Kredibilitas sumber berita perlu ditinjau kembali apakah sudah sesuai dengan kode etik jurnalistik atau justru melanggarnya. Pertanyaan apakah sumber berita dari media sosial dapat dikatakan kredibel? Salah satunya *statement netizen* sebagai sumber berita pernah dilakukan oleh peneliti dari University of Amsterdam Sanne Kruikemeier berjudul "*News Consumer Perception of New Journalistic Sourcing Techniques*" (Lecheler, 2016) yang menyimpulkan bahwa berita yang bersumber dari media sosial kurang kredibel dibandingkan berita yang berasal dari wawancara secara langsung.

Merujuk pada latar belakang studi kasus ini, perlu adanya perspektif ilmiah yang menjelaskan mengenai ada atau tidaknya pelanggaran etika jurnalistik tentang penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita pada media online. Sehingga penelitian ini berusaha untuk menjawab rumusan masalah terkait bagaimana penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita pada media online Jogja.tribunnews.com dalam

perspektif etika jurnalistik dan kredibilitas sumber berita.

Daya tarik penelitian ini adalah penulis ingin menginformasikan tentang fenomena ragam produk jurnalistik. Salah satunya, penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita di media *online* kaitannya dengan etika jurnalistik. Penelitian ini dilakukan sekaligus untuk melihat bagaimana kredibilitas sumber berita dalam produksi berita *statement netizen* dijadikan sebagai sumber berita mengenai verifikasi dan akurasi yang menjadi fokus pertanyaan penelitian. Jadi, lebih menarik untuk ditelaah dari fenomena jurnalisisme era *new media*.

METODOLOGI PENELITIAN

Berdasarkan paradigma dan studi kasus yang melandasi penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dimulai dengan pemilihan topik. Topik ini kemudian berkembang dan mengerucut menjadi lebih spesifik yang dilanjutkan dengan penelusuran *literature* dan kepustakaan (Neuman, 2000).

Penelitian kualitatif lebih menekankan analisisnya pada penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah (Wirartha, 2006).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dan melukiskan keadaan objek penelitian pada saat sekarang sebagaimana adanya berdasarkan fakta-fakta (Moleong, 2008:16). Dengan penelitian ini dapat memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta tertentu.

Penelitian ini dirancang untuk meneliti keadaan media *online* era *new media* di www.jogja.tribunnews.com dengan perkembangannya yang semakin dinamis, sehingga media ini menjadi suatu objek penelitian dengan tujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai studi kasus yang akan diteliti.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data dan informasi tentang *statement netizen* yang dijadikan sumber berita oleh media *online* www.jogja.tribunnews.com dan perspektif etika jurnalistik dari pihak terkait dan pakar jurnalistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berita di Media Online

Media *online* menghadirkan jurnalistik online sebagai proses kegiatan jurnalistik yang dikembangkan melalui media berbasis internet. Kerja jurnalis dalam jurnalistik *online* tidak terlepas dari hakikat jurnalistik konvensional dengan menghasilkan berita-berita yang layak dikonsumsi publik.

Berita merupakan laporan terkini tentang fakta atau pendapat yang penting atau menarik bagi khalayak dan disebarluaskan melalui media massa (Josef, 2009:22). Dengan hadirnya media online, saat ini berita dapat disajikan melalui internet dalam bentuk berita media online yang merupakan produksi dari jurnalistik online.

Berita online merupakan laporan mengenai suatu peristiwa yang dikemas oleh media sebagai sarannya yang berisi mengenai sebuah peristiwa atau kejadian yang akan dipublikasikan dalam bentuk berita. Berita *online* hadir sebagai pengemasan berita melalui media *online* tanpa mengubah berita itu sendiri. Berita *online* adalah jurnalisme yang telah dipahami secara historis, yang dikemas ulang tanpa mengubah bentuk radikalnya (Hall, 1992:4).

Statement Netizen sebagai Sumber Berita

Terlepas dari hal tersebut Croteau menawarkan bentuk model industri media sebagai model ruang publik yang menempatkan media sebagai ruang sirkulasi bebas untuk pertukaran ide, *statement*, dan persepsi (Hall, 1992). Ruang publik merupakan suatu medium di mana masyarakat umum berkumpul. Ruang publik dalam ranah media massa dalam bentuk kolom komentar yang diisi oleh *statement* para netizen dalam mengeluarkan isi konten atau persepsi untuk menanggapi suatu isu pemberitaan. Dalam menanggapi suatu isu, *netizen* memberikan berbagai *statement*/komentar baik dalam bentuk positif maupun negatif. Melihat fenomena seperti ini, membuat jurnalis/redaktur konten kreatif membuat gebrakan dalam teknis kerja jurnalis dengan menjadikan *statement netizen* tersebut sebagai sumber berita dalam konten pemberitaan.

Kredibilitas Sumber Berita

Dalam mengukur kredibilitas sumber pada penelitian ini, penulis menggunakan acuan pada buku *Perceptions of Internet Information Credibility*. Dalam buku ini teori kredibilitas menurut Flanagin

dan Metzger menjelaskan bahwa media konvensional menjalani proses verifikasi serta melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum sampai kepada publik, namun tidak selalu dengan media berbasis internet yang melakukan langkah-langkah proses verifikasi tersebut. Flanagin dan Metzger menggunakan konsep multidimensional untuk mengukur kredibilitas, yaitu dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), bias, dan kelengkapan berita (*completeness*) (Flanagin dan Metzger, 2000:516).

Etika Jurnalistik

Etika jurnalistik merupakan suatu aturan atau kaidah-kaidah yang mengatur suatu media dalam mempublikasikan suatu sajian program, berita atau informasi. Sumber etika jurnalistik berupa kesadaran moral yaitu pengetahuan tentang baik dan buruk, benar dan salah, tepat dan tidak tepat bagi orang-orang yang terlibat dalam kegiatan jurnalistik (Andrianto, 2007).

Dalam pasal 7 Ayat (2) UU Pers mengatakan bahwa wartawan memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik. Dalam penjelasan resmi tersebut yang dimaksud dengan Kode Etik Jurnalistik adalah kode etik yang disepakati organisasi wartawan dan ditetapkan oleh Dewan Pers.

Dewan pers merupakan lembaga independen yang dibentuk untuk melindungi kemerdekaan pers dan meningkatkan kualitas kehidupan pers berdasarkan UU No. 40 Tahun 1999 tentang pers (<https://dewanpers.or.id/kebijakan/statuta> akses tanggal 14 Mei 2018). Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme. Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik. Ditetapkan oleh Dewan Pers yang tertuang dalam 11 pasal (Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers). Penilaian akhir atas pelanggaran kode etik jurnalistik dilakukan Dewan Pers. Sanksi atas pelanggaran kode etik jurnalistik dilakukan oleh organisasi wartawan atau perusahaan pers.

Kode etik wartawan Indonesia pertama kali dikeluarkan oleh Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) sebagai himpunan etika profesi kewartawanan, karena selain dibatasi oleh ketentuan hukum dalam UU Pers Nomor 40 Tahun 1999, wartawan juga harus

berpegang kepada kode etik jurnalistik agar wartawan dapat bertanggung jawab dalam menjalankan profesinya untuk menyajikan dan mencari informasi.

Penggunaan *Statement Netizen* sebagai Sumber Berita pada Jogja.tribunnews.com

Penggunaan *Statement Netizen* sebagai sumber berita pada Jogja.tribunnews.com pada penelitian ini berkaitan dengan kredibilitas sumber agar berita yang diproduksi dapat dikonsumsi publik secara layak. Akurasi sangat menentukan kredibilitas media di mata publik. Proses akurasi dalam pemberitaan harus melalui cek dan ricek terhadap sumber informasi karena untuk mematuhi etika jurnalistik sebagai pedoman dalam pemberitaan, sebuah berita harus memenuhi standar akurasi dan kelayakan *publish*.

Dalam mengukur kredibilitas sumber pada penelitian ini, penulis menggunakan teori kredibilitas menurut Flanagin dan Metzger (2000:516) yang menjelaskan bahwa media konvensional menjalani proses verifikasi serta melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum sampai kepada publik, namun tidak selalu dengan media *online* yang melakukan langkah-langkah proses verifikasi tersebut. Flanagin dan Metzger menggunakan konsep multidimensional untuk mengukur kredibilitas, yaitu dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), bias, dan kelengkapan berita (*completeness*).

Jurnalisme *online* menyediakan fitur-fitur unik yang disediakan oleh teknologi yang menawarkan kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita. Tipe dalam jurnalisme *online* disebut "*Contextualized Journalism*" karena mengintegrasikan tiga fitur komunikasi unik, yaitu multimedia, interaktif, dan hipertekstual (, Santana, 2005:137). Penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita adalah proses produksi berita saat jurnalis/editor mencari isu pada dunia virtual yang paling banyak mengundang komentar baik negatif maupun positif. Komentar/*statement* tersebut lalu diambil untuk dijadikan sumber berita atau isi dalam konten berita tersebut. *Statement Netizen* sebagai Sumber Berita pada Jogja.tribunnews.com merupakan salah satu bentuk inovasi baru dalam jurnalisme online. *Statement netizen* berupa komentar dari masyarakat virtual mengenai suatu isu. Semakin berkembangnya teknik jurnalistik dalam menyajikan berbagai macam konten, salah satunya dengan menggunakan *statement netizen* untuk produksi konten berita kreatif.

Salah satu konten berita hasil *statement netizen* sebagai sumber berita yang akan menjadi objek analisis penelitian berjudul "Warna Air Terjun Sedudo di Nganjuk Berubah jadi Hitam, Ini Penjelasan Kepala Humas BNPB" yang *diposting* pada Rabu, 14 November 2018, 11:00 pada laman <http://jogja.tribunnews.com/2018/11/14/warna-air-terjun-sedudo-di-nganjuk-berubah-jadi-hitam-ini-penjelasan-kepala-humas-bnbp>.

Analisis Kredibilitas Sumber pada Penggunaan *Statement Netizen* sebagai Sumber Berita pada Jogja.tribunnews.com

Media *online* memang menyediakan ruang publik bagi masyarakat virtual untuk menyalurkan gagasan maupun aspirasi dalam bentuk interaktif di kolom komentar. Ruang publik memiliki sifat interaktif yang menghasilkan keberagaman perspektif publik. Dengan hadirnya ruang publik, dunia maya menjadi medium para *netizen* untuk mengeluarkan komentarnya terhadap segala hal. Pragmatisme kerja jurnalis menjadikan komentar para *netizen* dijadikan sebagai sebuah konten dalam pemberitaan atau disebut sebagai konten berita kreatif. Kerja jurnalis dalam menjalankan tugasnya adalah melakukan liputan hanya di dunia maya, mengamati gejolak fenomena dunia virtual terutama fenomena-fenomena viral.

Statement netizen merupakan bentuk komentar dari para *netizen* yang dijadikan konten oleh media online dalam praktik jurnalistiknya. *Statement netizen* erat kaitannya dengan sumber berita karena komentar yang dikeluarkan oleh *netizen* dijadikan judul maupun isi dalam pemberitaan. Analisis konten berita yang disajikan oleh Jogja.tribunnews.com baik isi maupun judul menggunakan *netizen* sebagai acuan dalam pembuatan konten berita. Adanya proposional antara judul dan isi konten berita menggunakan *netizen* pada berita dengan judul: "Warna Air Terjun Sedudo di Nganjuk Berubah jadi Hitam. Ini Penjelasan Kepala Humas BNPB".

Isi komentar *netizen* pada cuitan twitter sebagai sumber berita. @infonganjuk membeberkan video tentang derasnya hujan yang mengguyur wilayah tersebut sehingga warna air terjun terlihat menghitam pada Selasa (13/11/2018). @alfapratama mempublikasikan video air terjun Sedudo pada musim kemarau lalu.

Kepala Pusat Data Informasi dan Humas BNPB, Sutopo Purwo Nugroho, memberikan penjelasan terkait hal tersebut melalui cuitan di twitter pada Rabu

(14/11/2018). @Sutopo_PN “Berubahnya warna hitam ait terjun Sedudo di Nganjuk Jawa Timur bukan aliran pasir. Akan tetapi material abu bekas kebakaran hutan saat kemarau sebelumnya. Hujan dibagian hulu menghanyutkan material kebakaran hutan sehingga debit air terjun berwarna hitam.”

Proses penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita harus memperhatikan beberapa hal, yaitu kredibilitas akun media sosial dari *netizen* yang dijadikan sebagai sumber berita. Konfirmasi dan validitas sumber agar penggunaan *statement netizen* sebagai isi konten berita memiliki kelayakan nilai berita tentang kredibilitas dan etika jurnalistik, karena proses jurnalistik harus dilakukan secara sistematis mulai dari memperoleh dan menulis fakta, didukung pula dengan profesionalisme sebagai wartawan.

Bagaimana penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita pada jogja.tribunnews.com, Ikrab Didik Irawan sebagai *Digital Manajer Tribun News Online* menyampaikan:

“Sebenarnya dalam pengambilan netizen sebagai sumber berita dari media sosial prosesnya sama saat kita wawancara dengan narasumber saat liputan di lapangan. Ada aturan baku yang ditentukan oleh perusahaan. Nanti pimpinan membuat *role of the game* atau aturan yang harus dilakukan. Kami mengamati berbagai fenomena yang sedang viral di media sosial untuk dijadikan fenomena tersebut sebagai berita. Hal pertama yang harus dilakukan adalah mencari sumber (benar atau tidak) karena fakta adalah nomor satu. Kedua, identitas narasumber dan ketiga melakukan konfirmasi. Jika ada isu heboh yang hadir dari netizen, hal pertama yang dilakukan oleh wartawan konten kreatif adalah cek dan ricek dengan narasumber dan keakuratan isu. Setelah konfirmasi kebenaran isu maka baru bisa membuat berita dan jika ada komentar dari netizen kita hanya menjadikan sebagai fakta atau opini bukan sebagai sumber berita primer.” (Transkrip wawancara tribun jogja oleh Ikrab Didik Irawan digital manajer tribun online pada 20 Juli 2018).

Posisi *netizen* dalam pemberitaan ini hanya sebagai pemanis atau data sekunder pada produksi berita. Meski hanya sebagai pemanis sumber berita, kredibilitas akun yang dipilih *statement*-nya untuk dijadikan sumber berita juga harus jelas karena di media sosial setiap orang dapat dengan bebas untuk membuat akun baik asli maupun akun palsu.

Selanjutnya Ikrab Didik Irawan menjelaskan latar belakang adanya ide penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita pada media online:

“Untuk hal-hal yang sifatnya tidak serius atau hanya sekadar hiburan, *netizen* hanya sebagai bumbu saja sebagai suara warga. Karena kita bergerak di dunia maya. Masyarakat akan dengan mudah membuat akun bahkan mengkloningnya. Dengan adanya fenomena banyaknya *netizen* kami juga mengikuti perilaku mereka. Dalam pemberitaan netizen hanya sekadar bumbu berita.” (Transkrip wawancara tribun jogja oleh Ikrab Didik Irawan digital manajer tribun *online* pada 20 Juli 2018).

Kedalaman pemberitaan pada penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita memang cenderung rendah karena berita pada media *online*, tersaji dari menit ke menit yang memiliki karakteristik ringkas. Meski demikian, karya jurnalistik harus tetap berpihak pada publik untuk menyajikan konten-konten berita yang masyarakat butuhkan. Terutama untuk menunjang kredibilitas berita maupun media di mata masyarakat, yaitu dengan menyajikan berita dengan kualitas-kualitas yang menentukan tingkat kredibilitas seperti; *accuracy*, *believability*, bias dan *completeness*.

Pemilihan komentar untuk dijadikan sumber berita dalam konten berita juga harus selektif untuk mematuhi kaidah etika dalam pencantuman sumber.

”Media *online* membutuhkan kecepatan, dan jika fenomena peristiwa munculnya dari media sosial hal utama yang akan kami angkat adalah fenomena itu sendiri seperti fakta viral untuk komentar dari *netizen* akan dipilih-pilih.” (Transkrip wawancara tribun jogja oleh Ikrab Didik Irawan, *Digital Manajer Tribun Online* pada 20 Juli 2018).

Selektif dalam memilih komentar untuk dijadikan sumber berita atau isi konten berita memang perlu untuk menghindari hal-hal yang sifatnya destruktif dan membuat gejolak sosial seperti tidak adanya sara, pencemaran nama baik, maupun komentar-komentar yang menggunakan kalimat kasar. Agar berita dengan penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita juga perlu adanya izin dari pengguna untuk memastikan bahwa *statement*-nya memang dari akun asli dan memiliki fakta ataupun opini yang akurat. Untuk jogja.tribunnews sendiri izin dalam pengambilan *statement* untuk dijadikan sumber berita tergantung bagaimana konten berita yang dibuat.

“Kalau komentar dijadikan data primer itu tidak. Apalagi hanya sekadar komentar “wah cantik sekali”. Ketika kami mengambil statement *netizen* juga harus selektif atau klasifikasi. Kalau sumber primer harus ada izin dari pemilik akunnya tetapi kalau hanya sekadar bumbu penyedap atau data sekunder tidak perlu izin.” (Transkrip wawancara Tribun Jogja oleh Ikrab Didik Irawan, Digital Manajer Tribun Online pada 20 Juli 2018).

Untuk jenis pemberitaan pada penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita pada penelitian ini memang komentar dari pada *netizen* pada suatu isu hanya sebagai isi atau pelengkap dengan judul berita yang sesuai dengan isi. Namun untuk menunjang keakuratan tetap jurnalis harus melaksanakan tahap dalam pemilihan komentar bahwa akun itu asli dan memilih komentar yang selektif untuk produksi berita yang memiliki kredibilitas.

Akun media sosial yang berkomentar mengenai sebuah isu dalam bentuk opini atau perspektif pribadi. Jurnalis akan memilih beberapa komentar untuk dimasukkan ke dalam isi berita. Pemilihan komentar atau proses penyaringan untuk menjaga kredibilitas terutama jika opini/fakta datangnya dari *netizen*. Untuk menjaga kepercayaan publik, konten berita yang disajikan harus memiliki sifat kredibilitas terutama pada sumber berita. Meskipun jurnalistik bersumber dari *statement netizen* cukup positif terhadap informasi yang bersumber dari *online*, namun tidak ada wawasan kredibilitas sumber dibandingkan dengan situasi secara faktual (Bakker, 2013: 151-168)

Meski sumber berita hanya sebatas komentar dari *netizen* atau data sekunder tetap harus melalui tahap penyaringan dan konfrimasi. Namun hanya sekadar komentar *netizen* terhadap suatu postingan/isu lalu komentar tersebut dijadikan sumber dan isi berita tingkat kredibilitas dan kepercayaan terhadap konten berita masih bias apakah konten berita tersebut layak disebut berita yang memiliki nilai-nilai berita dan kelayakan *publish*.

Idealnya pada pemberitaan media *online*, produksi berita harus mengutamakan akurasi selain kecepatan berita. Keakurasian akan menentukan kredibilitas berita dan media. Keakurasian berita bisa menjadi montir hebat produk jurnalistik selain aspek hukum lain yang mengikat (Aprilani, 2017). Selain akurasi untuk menunjang kredibilitas adalah adanya *believability*, bias, dan *completeness*. Jika produksi konten berita sudah mencakup empat kategori

tersebut, maka berita dapat dikatakan sebagai berita yang memiliki kredibilitas. Seperti yang dikatakan oleh editor konten kreatif jogja.tribunnews.com, M.Fathoni, bahwa idealnya dalam produksi berita *online*, kecepatan memang utama tetapi tidak harus melupakan akurasi dan ketepatan berita. Jadi, tidak hanya mengejar kecepatan, tetapi harus memerhatikan akurasi, karena media *online* bertugas/berfungsi untuk memberikan edukasi dan informasi yang dibutuhkan masyarakat.

Penggunaan *Statement Netizen* sebagai Sumber Berita pada Jogja.tribunnews.com, Kaitannya dengan Etika Jurnalistik

Moral dan etika merupakan prinsip dan nilai-nilai yang menurut keyakinan seseorang atau masyarakat dapat diterima dan dilaksanakan secara benar dan layak. Etika merupakan bagian dari falsafah yang merupakan sistem dari prinsip-prinsip moral termasuk aturan-aturan untuk melaksanakannya (Choliq, 2011:396). Dalam kajian hukum dan media massa, moral dan etika dikaitkan pada pada kewajiban para jurnalis untuk melaksanakan kode etik jurnalistik dalam setiap aktivitas jurnalistiknya di media. Dalam menjalankan aktivitas jurnalistiknya sebagai media berbasis nasional Tribun Jogja menjalankan etika jurnalistik yang berlaku baik untuk media konvensional maupun media *online*-nya, yaitu jogja.tribunnews.com, salah satu hal terpenting dalam menjalankan peran jurnalisme adalah media harus memiliki kredibilitas karena kredibilitas suatu lembaga pers dapat dilihat dari komitmennya mengutamakan kebenaran, akurasi, keadilan, dan objektivitas pemberitaan.

Kredibilitas jurnalisme berkaitan dengan persepsi bahwa jurnalis itu memiliki etika. Etika ini menyoroti perilaku jurnalis khususnya benar dan salah tentang bagaimana seorang jurnalis melakukan pekerjaannya. Hal ini melibatkan definisi nilai-nilai moral yang dapat diterima dari individu, organisasi, profesi, dan masyarakat untuk menggunakan nilai-nilai sebagai dasar perilaku manusia (Moore, 2008:108).

Untuk mengemban fungsi jurnalistiknya media massa harus mematuhi etika dan standar moral dalam menjalankan perannya serta adanya dedikasi untuk memberikan informasi yang sebenar-benarnya kepada masyarakat tanpa keberpihakan pada kelompok tertentu. Ketaatan pada hukum atau pada kode etik profesional tidak selalu melahirkan tindakan moral. Etika adalah persoalan individual yang berhubungan

dengan kesadaran (Vivian, 2008: 632-633). Kredibilitas dilihat dari persepsi bagaimana media tersebut menjalankan aktivitas jurnalistiknya sesuai dengan standar etika dan moral yang berlaku karena perilaku etis melibatkan pilihan.

Mengkaji konten berita pada penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita kaitannya dengan etika jurnalistik dengan menggunakan konsep multidimensional untuk mengukur kredibilitas, dari Flanagin dan Metzger, yaitu dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), bias, dan kelengkapan berita (*completeness*). Setelah mengkaji kredibilitas pada konten berita, terlihat perspektif etika jurnalistik mengenai baik atau tidaknya produksi pemberitaan menggunakan isi dari *statement netizen* untuk dijadikan sumber berita sebagai berikut:

1. Accuracy

Bill Kovach dan Tom Resentiel dalam Sembilan Elemen Jurnalisme menjelaskan bahwa akurasi merupakan esensi jurnalisme. Kebenaran atau akurasi dalam jurnalistik berupa suatu proses yang dimulai dengan disiplin profesional dalam mengumpulkan dan verifikasi fakta. Namun yang terjadi pada penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita pengumpulan fakta maupun aktivitas liputan hanya sekadar memantau keadaan di lingkup virtual. Guna menunjang keakuratan pada penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita tetap jurnalis harus melaksanakan tahap dalam pemilihan komentar bahwa akun itu asli dan memilih komentar yang selektif untuk produksi berita yang memiliki kredibilitas.

Akurasi dalam pemberitaan tercantum dalam pasal 1 Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers bahwa "*Wartawan Indonesia bersikap Independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk*" yang dalam penafsirannya adalah akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi.

Selain Kode Etik Jurnalistik, media online juga berpedoman pada Pemberitaan Media Siber yang eksistensinya merupakan bagian dari kemerdekaan berpendapat, kemerdekaan berekspresi, dan kemerdekaan pers. Dalam peraturan tersebut pada pasal 2 menjelaskan verifikasi dan keberimbangan berita, bahwa "*Pada prinsipnya setiap berita harus melalui verifikasi*" ketentuannya dalam butir tersebut adalah sumber berita harus jelas disebutkan identitasnya, kredibel dan kompeten serta subjek berita harus dikonfirmasi tidak diketahui keberadaannya dan atau tidak dapat diwawancarai.

Untuk menjamin akurasi pada penyampaian fakta maupun opini *netizen* untuk digunakan pada isi berita, jurnalis harus memerhatikan etika jurnalistik salah satunya adalah fakta yang akurat dari akun yang mengeluarkan *statement*. Selain itu akurat dalam bentuk keaslian akun untuk menunjang kredibilitas akurasi sumber berita. Bagaimana penyampaian *netizen* ketika menyampaikan opini, Susilastuti Ahli Pers di Dewan Pers menyampaikan:

"Opini dari netizen? Dari saya misalnya? Boleh. Gini, yang namanya fakta itu kana ada dua, fakta yang sifatnya psikologis dan fakta yang sifatnya sosiologis. Fakta psikologis itu apa yang dipikirkan orang atas sesuatu. Fakta sosiologis itu apa yang ada dalam masyarakat. Nah opini narasumber itu bisa, nah netizen itu kan opini, persoalannya dia siapa itu lo yang ga jelas, karena dia bisa membuat akun-akun palsu itu yang jadi problem." (Wawancara Susilastuti ahli pers di Dewan Pers pada 05 September 2018).

Ketika jurnalis jogja.tribunnews.com mengambil *statement netizen* untuk dijadikan konten berita berarti langkah akurasi yang harus dilakukan adalah memastikan keaslian akun. Hal tersebut bertujuan agar komentar-komentar yang dijadikan konten atau sumber berita memiliki nilai kredibilitas dan tetap menjaga etika jurnalistik dalam hal akurasi. Dengan adanya revolusi teknik jurnalisme seperti ini dari Dewan Pers sendiri atau negara tidak melarang karena merupakan bagian dari kebebasan pers dan bentuk inovasi dalam penyampaian informasi.

2. Believeability

Berita yang baik merupakan berita yang dapat mencerahkan dan mampu memberikan informasi yang layak kepada masyarakat. Produksi berita yang baik dari media tentunya akan mendapatkan kepercayaan dari pembaca. Informasi yang dapat dipercaya adalah informasi yang mengandung fakta dan kebenaran. Memberikan informasi yang baik merupakan tugas seorang jurnalis dalam mengemas beritanya sehingga ketika fenomena virtual hadir sehingga kerja jurnalis menjadi lebih pragmatis dengan hanya meliput di lingkup dunia maya yang menjadi pertanyaan adalah tentang kredibilitas sumber berita terutama jika hanya hadir dari suara *netizen*. Susilastuti mengatakan:

"Wartawan itu memiliki misi idealisme. Karena idealisme tatanannya lebih tinggi dibandingkan materi karena sifatnya mencerdaskan, memberi informasi yang benar kemudian ada kepuasan tersendiri ketika tulisan menjadi rujukan."

(Wawancara Susilastuti ahli pers di Dewan Pers pada 05 September 2018).

Lebih lanjut Susi Lastuti menjelaskan bahwa *netizen* di media sosial harusnya menjadi sumber informasi awal untuk mengkonfirmasi dalam dunia realitas. Kurang tepat jika *netizen* sebagai sumber berita, apalagi di dunia virtual *netizen* bisa memiliki banyak akun. Dengan unsur *believability* berita harusnya dapat memberikan informasi yang layak kepada pembaca sehingga dapat mencerahkan bukan hanya menyajikan berita-berita dengan konten yang buruk atau bukan informasi yang seharusnya masyarakat konsumsi.

3. Bias

Bias berarti konten berita yang diproduksi memiliki sisi *cover both side* agar tidak terdapat kecenderungan keberpihakan. Dalam penyajian informasi secara *fair* terutama ketika ada sebuah isu, jurnalis atau media melakukan peliputan atau membuat konten berita secara berimbang. Dengan menggunakan *statement netizen* sebagai sumber berita, ketika ada sebuah isu kontroversial banyak mengandung komentar negatif dari publik. Komentar negatif inilah dijadikan celah untuk pembuatan konten berita kreatif yang sekiranya banyak mengundang respon publik. Ruang publik pada media sosial dijadikan akses oleh masyarakat untuk mengeluarkan aspirasi maupun gagasan dalam bentuk komentar.

Statement netizen merupakan kebebasan mengeluarkan pendapat bagian dari Hak Asasi Manusia di ruang publik, yaitu media sosial. Namun bagaimana jika *statement* tersebut justru dijadikan konten pemberitaan yang dilakukan oleh media. Kredibilitas akun yang mengeluarkan *statement* perlu diuji kembali untuk mengetahui keaslian apakah benar-benar orang yang berpendapat atau sekadar robot (akun bot). Salah satu karakteristik kredibilitas adalah berita memiliki tingkat bias (keseimbangan). Kredibilitas, artinya taat kepada kode etik jurnalistik. Media dan jenis berita dapat dikatakan memenuhi standar kode etik berarti harus memiliki kredibilitas.

“Kalau kredibilitas sumber kalau berdasarkan kode etik jurnalistik ‘kan harus jelas narasumbernya. Kalau mengambil komentar di *twitter* ya harus orang yang diambil *statement*-nya yang benar-benar mewakili orang yang sesungguhnya seperti akun *verified*. Jangan sampai mengutip pernyataan tapi dengan akun kloningan atau akun palsu. Karena kebanyakan jurnalis terjebak di situ.” (Hasil Wawancara dengan

Adib Mutaqqin Asfar, Ketua AJI Solo pada 01 Oktober 2018).

Meskipun jenis pemberitaan pada penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita masuk ke dalam kategori konten berita kreatif yang lingkup liputan hanya sebatas dunia virtual, tetapi juga harus mematuhi standar jurnalistik dalam *cover both side*, karena selain menaati akurasi, prinsip cepat, dan mengalir juga menyinggung prinsip jurnalistik, yaitu keberimbangan berita. Soal keberimbangan berita tercantum dalam butir 3 KEWI: “Wartawan Indonesia menghormati asas praduga tak bersalah, tidak mencampurkan fakta dengan opini, berimbang dan selalu meneliti kebenaran informasi, serta tidak melakukan plagiat.” Pasal 3 KEJ juga menegaskan hal yang sama; “Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.”

Dijelaskan dalam KEJ, menguji informasi berarti melakukan cek dan ricek tentang kebenaran informasi. Sementara berimbang adalah memberikan ruang atau waktu pemberitaan kepada masing-masing pihak secara proporsional (Margianto, Hal: 42-43).

Pada isi konten berita tersebut komentar/*statement netizen* yang dijadikan sebagai sumber berita memiliki konteks negatif dengan tingkat bias yang sangat rendah karena semua komentar yang dijadikan sebagai isi berita berupa kemarahan *netizen*. Untuk dapat dijadikan konten berita yang layak *publish*, penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita harus melalui beberapa tahapan.

“Bisa digunakan selama melakukan verifikasi dan kita bisa mengkonfirmasi dari fakta-fakta sumber lain. Dan jangan sampai melanggar etika jurnalistik karena ada banyak fakta yang kabur maupun tidak jelas maupun konten di media sosial yang tidak pantas untuk diambil. Yang penting adalah taati kode etik jurnalistik, perhatikan disiplin verifikasi dan sampai terjebak pada ambil *fair*-nya akun-akun di media sosial.” (Hasil wawancara dengan Adib Mutaqqin Asfar, Ketua AJI Solo pada 01 Oktober 2018).

Setelah tahapan verifikasi sudah jelas, yang perlu dilakukan adalah pemilihan/penyaringan komentar untuk menjaga keberimbangan, yaitu dengan memilih komentar negatif dan juga positif dengan ketentuan tidak menimbulkan keresahan publik dan kemarahan sosial.

Bias dalam konten pemberitaan *statement netizen* sebagai sumber berita berarti harus mencakup

unsur-unsur berimbang dalam pemilihan komentar untuk dijadikan sumber pada konten berita, yaitu komentar negatif maupun positif. Hal ini dikarenakan dengan keberimbangan tersebut konten berita tidak menimbulkan gejolak sosial maupun unsur-unsur yang dapat menimbulkan pencemaran nama baik ataupun subjek berita yang dirugikan.

4. *Completeness*

Jurnalis pada media *online* dalam pembuatan konten berita harus memahami unsur-unsur kelengkapan berita, yaitu 5W+1H. Unsur kelengkapan berita pada konten berita menggunakan *statement netizen* sebagai sumber berita cenderung tidak lengkap karena lingkup liputan yang dilakukan oleh jurnalis hanya sebatas dunia virtual atau bukan sebuah peristiwa langsung. Sehingga jenis konten berita ini lebih merujuk pada unsur apa (*what*) dan bagaimana (*how*). Unsur “apa” lebih merujuk pada isu dari subjek sedangkan unsur “bagaimana” lebih tentang bagaimana respon dari *netizen* mengenai isu yang subjek konstruksi.

Jenis berita *online* seperti ini tidak lepas dari penyesuaian dengan perilaku pembaca. Penggunaan *statement netizen* merupakan keikutsertaan *netizen* dalam pergolakan pasang surutnya pemberitaan. ketidakengkapan unsur-unsur berita yang ada pada konten berita ini, karena acuan pemberitaan hanya sebatas dunia virtual dan tingkah *netizen*. Merujuk pada jurnalistik ideal dalam produksi pemberitaan di media *online* juga harus memerhatikan unsur-unsur berita untuk menaati etika jurnalistik pada pasal 1: “Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk”. Produksi berita yang ideal merupakan tanggung jawab jurnalis kepada masyarakat selain untuk kebaikan media itu sendiri juga untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap pemberitaan yang dibuat. Adib Mutaqqin Ketua AJI Solo menyampaikan:

“Jurnalistik sebenarnya idealis namun kita juga berada dalam sebuah industri karena idealisme dengan kepentingan industri itu berbeda. Itulah biasanya letak celah pelanggaran karena media berlomba-lomba menyajikan berita yang banyak menarik pembaca.” (Hasil Wawancara dengan Adib Mutaqqin Asfar (Ketua AJI Solo) pada 01 Oktober 2018).

Jenis berita pada penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita memang kurang dalam menerapkan unsur kelengkapan berita karena hanya menyajikan komentar dari para *netizen* dari sebuah

isu. Verifikasi menjadi hal utama dalam produksi berita *online* karena selain mengejar kecepatan juga harus menerapkan akurasi berita. *Statement netizen* merupakan ekspresi warga terhadap suatu isu sehingga menggunakan *statement netizen* sebagai sumber berita harus tetap menjaga etika jurnalistik agar publik layak untuk mengkonsumsi berita tersebut.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis penelitian, penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita merupakan proses produksi konten berita pada media *online* yang melakukan pengamatan melalui dunia virtual. Isu viral yang hadir pada dunia virtual tersebut, akan mengundang berbagai respon dari masyarakat virtual yang aktif menggunakan internet atau disebut *netizen*. Komentar dari *netizen* pada suatu isu di kolom komentar berupa *statement* baik memiliki konteks negatif maupun positif. *Statement* tersebut dijadikan isi atau sumber pada konten produksi berita. Merujuk pada berbagai *statement* yang hadir dari *netizen* inilah, yang menjadi latar belakang munculnya fenomena baru dalam ranah jurnalistik *online*, yaitu penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita.

Menggunakan *statement netizen* sebagai sumber berita tidak melanggar kode etik jurnalistik, dengan catatan kredibilitas sumber dari narasumber harus jelas. *Statement netizen* dapat digunakan selama jurnalis rajin melakukan verifikasi serta konfirmasi terhadap sumber terkait, karena disiplin verifikasi merupakan bagian terpenting dari menaati kode Etik Jurnalistik. Selain itu, hal utama yang harus diperhatikan ketika menggunakan *statement netizen* sebagai sumber berita selain disiplin verifikasi adalah berpegang pada prinsip keberimbangan (*cover both side*). Dengan keberimbangan berita, yaitu dengan *compare* komentar yang mewakili unsur negatif maupun positif, akan tercipta prinsip keberimbangan. Namun juga harus memerhatikan tentang kredibilitas akun dengan verifikasi apakah akun tersebut asli atau palsu/ dipegang oleh manusia atau hanya bot.

Berdasarkan hasil penelitian, konten berita menggunakan *statement netizen* sebagai sumber berita pada *jogja.tribunnews* tidak melanggar Kode Etik Jurnalistik karena dalam produksi konten berita tersebut, jurnalis/editor melakukan proses verifikasi serta konfirmasi guna menjaga akurasi dalam etika jurnalistik. Namun konten berita pada penggunaan

statement netizen sebagai sumber berita, beberapa tidak memenuhi standar kredibilitas berdasarkan teori yang menjadi acuan peneliti. Teori kredibilitas yang menjadi acuan pada penelitian ini yaitu Flanagin dan Metzger dengan konsep multidimensional (*believability, accuracy, bias, dan completeness*). Dari hasil penelitian ini, konten berita pada penggunaan *statement netizen* sebagai sumber berita hanya memenuhi dua konsep kredibilitas yaitu akurasi dan dapat dipercaya namun tidak dengan konsep bias dan kelengkapan berita.

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi kepada portal berita Jogja.tribunnews.com dalam produksi berita agar tetap konsisten dalam menjaga kredibilitas dan etika jurnalistik. Terutama pada produksi konten berita kreatif yang menjadikan ruang virtual sebagai medium untuk pencarian berita. Proses verifikasi serta keberimbangan menjadi salah satu faktor utama yang harus dipegang untuk menjaga Kode Etik Jurnalistik. Selain itu, Jogja.tribunnews.com bisa dijadikan contoh bagi media online di Jogja dalam mengedepankan kredibilitas berita dan kode etik jurnalistik meskipun pada jurnalisisme online dituntut untuk menyajikan berita yang cepat, tetapi juga harus memperhatikan akurasi berita.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak redaksi Tribun Jogja atas dukungan dan kerjasama dalam penelitian ini termasuk narasumber dari perwakilan Dewan Pers dan Aliansi Jurnalis Independen (AJI). Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh jajaran Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, Alviano. (2007). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aprilani, 2017. Content Agrerator: Problem Etis Jurnalisisme Online di Indonesia. *Jurnal Nomosleca*, Vol.3 No.1
- Bakker, (2013). *The Context of Content: The Impact of Source and Setting on the Credibility of News*. *Researches En Communication* 40 (40).
- Bush, Chilton R. (1970). *Newspaper Reporting of Public Affair*. Philadelphia, Chilton Book Co.
- Choliq Dahlan, Abdul. (2011). Hukum, Profesi Jurnalistik dan Etika Media Massa. *Jurnal Hukum*, Vol XXV No. 1, April.
- Flanagin dan Metzger. (2000). *Perceptions of Internet Information Credibility*. *J&MC Quartely* Vol. 77, No. 3 Autumn.
- Hall, Jim. (2001). *Online Journalism: A Critical Primer*. Pluto Press.
- Josef, Jani. (2009). *To Be Journalist*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Grha Ilmu.
- Kurnia, Ari. (2017). Fenomena Akun Anonim Media Sosial sebagai Sumber Informasi dan Ekonomi (Analisis Wacana pada Akun Instagram Lambe Turah). *Journal Communication Spectrum*, Vol. 4 No. 2.
- Kovach, Bill dan Tom Rosentiel. (2001). *The Elements of Publisher*.
- Lecheler, Sophie. (2016). *News Consumer Perceptionsof New Journalistic Sourcing Techniques*. *Journal Journalism Studies* Vol. 19
- Moleong, Lexy, J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Margianto, J. Heru dan Asep Syaefullah. (tanpa tahun). *Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika Problematika Praktik Jurnalisme Online di Indonesia*. Jakarta: AJI Indonesia & Ford Foundation. Hal: 42-43.
- Moore, Roy L dan Murray Michael. (2008). *Media Law and Ethics*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Neuman. (2000). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Ally and Bacon.
- Ode, Aralia Aprianti Canggih. (2015). *Kredibilitas Pemberitaan pada Portal Berita Online Kompas.com: Suatu Studi Analisis Isi*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
- Santana, K Septiawan. (2005). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Soemarno, Aryo Rachmadani Pratama. (2015). *Analisis Pengaruh Kualitas Informasi dan Kredibilitas Sumber terhadap Kegunaan Informasi dan Dampaknya Pada Adopsi Informasi*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 25 No. 1.
- Statuta Dewan Pers. (2013). *Bab I Nama dan Tempat Kedudukan*, pada laman <https://dewanpers.or.id/kebijakan/statuta> diakses pada 14 Mei 2018.
- Suhandang, Kustadi. (2016). *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Sukarno, Adam. (2015). *Jurnalisme Online: Cepat tapi Tidak Akurat*, di laman <http://Digi-journalism.or.id/jurnalisme-online-cepat-tapi-tidak-akurat/> diakses pada 10 Mei 2018.
- Top Sites in Indonesia, diakes pada laman https://www.alexacom/topsites/countries/ID_pada_24_November_2018
- Utomo, Wisnu. (2016). *Ketika Media Sosial Menjadi Sumber Berita*, di halaman <http://www.remotivi.or.id/kabar/320/Ketika-Media-Sosial-Menjadi-Sumber-Berita-> diakses pada 10 Februari 2019.
- Vivian, John. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Ed. 8. Jakarta: Kencana Prenada Media GroupWirartha, I Made. (2006). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Penerbit Andi. Hal: 134.

Halaman ini sengaja dikosongkan