

Pendahuluan

Latar Belakang

Internet hadir dan menjadi sumber informasi untuk banyak orang saat ini [1]. Konsumsi berita *online* telah berkembang sangat pesat [2]. Meluasnya pengguna berita *online* dan menjadikannya sumber informasi utama [2], sehingga banyak penelitian dilakukan untuk mengembangkan dan mematangkan berita *online* [2]. Salah satu media berita *online* adalah *website*. Perkembangan *website* relatif besar setiap tahun [3]. Pada Oktober 2018, Terhitung jumlah *website* hampir mencapai 2 miliar [3].

Website memiliki banyak jenis yang memiliki fungsi dan kriteria yang berbeda. Salah satunya adalah *news site*. *News site* memiliki banyak nama seperti *online newspaper*, *news website*, dan lainnya. *News site* dapat didefinisikan sebagai *website* yang menyajikan berita layaknya seperti *newspaper*. Pengunjung *news site* dengan meluasnya pengguna berita online berbanding lurus. Pada Mei 2019 pengunjung *tribunnews.com* salah satu *news site* di Indonesia mencapai 500 juta pengunjung dalam satu bulan [4].

Umumnya kritik diberikan pada *news site* karena informasi tidak memiliki *credibility* yang cukup karena kurangnya pembuktian atau analisis akurat, serta sulitnya menyajikan informasi yang jujur dan tidak memihak [1]. Kemudian dengan hadirnya informasi kurang akurat pada *news site* menjadikan *credibility* pada *news site* dipertanyakan [5, 6, 1]. *Credibility* dapat diartikan sebagai kepercayaan karena kuat ikatannya [7, 8]. *Credibility* adalah kualitas dari sesuatu [8]. *Credibility* tidak terdapat pada suatu objek, orang atau informasi melainkan terdapat pada evaluasi seseorang terhadap sesuatu dengan banyak faktor [8].

Banyak faktor yang mempengaruhi *credibility*. *Credibility* pada berita terpengaruh oleh *trustworthiness* dan *expertise* [9]. Meskipun *news site* merupakan transformasi dari *newspaper* namun *news site* memiliki faktor teknologi. *Interactivity*, *multimediality*, dan *hypertextuality* merupakan faktor teknologi. Penelitian ini mencoba melakukan penelitian untuk menilai kepercayaan terhadap 10 *news site* di Indonesia dan meneliti apakah faktor *trustworthiness*, *expertise*, *interactivity*, *multimediality*, dan *hypertextuality* memiliki pengaruh terhadap *credibility* [1].

Pengguna *news site* yang berkembang pesat dan meluas menjadikan pengguna *news site* tersebut beragam. Untuk melakukan penilaian *credibility* pada *news site* yang beragam penelitian ini melakukan pengambilan data dengan *crowdsourcing*. *Crowdsourcing* memiliki keuntungan umum seperti biaya, kecepatan, kualitas, fleksibilitas, skalabilitas, dan keberagaman. Khususnya pada penelitian ini keuntungan yang didapat adalah biaya, skalabilitas, dan keberagaman [10, 11]. Kemudian dengan perancangan *crowdsourcing* yang baik diharapkan mendapatkan kualitas yang lebih baik [10, 11]. Pada sistem *crowdsourcing* seleksi hasil kerja kontributor dapat mempengaruhi kualitas hasil dari *crowdsourcing* [10, 11]. Pada penelitian ini seleksi hasil kerja kontributor dilakukan dengan menggunakan reputasi yang dilakukn oleh *crowdworker* yang merupakan *expert* dibidang jurnalistik. Karena reputasi yang positif merupakan hasil dari kepercayaan [7]. Salah satu cara memberikan reputasi adalah dengan *like* dan *dislike* [12]. Hasil penilaian yang memiliki *dislike* lebih banyak menjadi tidak valid dan tidak dimasukkan dalam penilaian. Hal ini karena penilaian tersebut memiliki reputasi yang buruk dan tidak dipercaya [7].

Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang ada pada penelitian ini merupakan bagaimana menerapkan *crowdsourcing* dalam melakukan penilaian *credibility* pada 10 *news site* di Indonesia, serta bagaimana pengaruh seleksi hasil dengan reputasi pada *crowdsourcing*. Kedua adalah bagaimana pengaruh faktor *trustworthiness*, *expertise*, *interactivity*, *multimediality*, dan *hypertextuality* terhadap *credibility*.

Batasan Masalah

Adapun batasan masalah untuk memperkecil *scope* pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Pemilihan *news site* diambil berdasarkan alexa.com pada tanggal 15 Juni 2019.
- *News site* yang dinilai *Credibility*-nya adalah 10 *news site* di Indonesia.
- Penelitian ini menggunakan 5 faktor yaitu *trustworthiness*, *expertise*, *interactivity*, *multimediality*, dan *hypertextuality* [1].

Tujuan

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah untuk mendapatkan nilai *credibility* pada 10 *news site* dengan *traffic* tertinggi di Indonesia dengan menerapkan *crowdsourcing* dengan memberikan reputasi didalamnya. Serta mendapatkan apakah *trustworthiness*, *expertise*, *interactivity*, *multimediality*, dan *hypertextuality* memiliki pengaruh pada *credibility* pada *news site*.

Organisasi Tulisan

Pada bagian 2 menjelaskan studi terkait terhadap penelitian ini. Pada bagian 3 menjelaskan sistem yang dibangun untuk penelitian ini yaitu menentukan faktor dan menentukan sistem *crowdsourcing* yang dibangun. Pada bagian 4 evaluasi pada hasil penilaian *Credibility* pada *news site*. Pada bagian 5 berisi penjabaran kesimpulan yang didapat dari penelitian ini.