

**KREDIBILITAS MEDIA DALAM PEMBERITAAN IMPLEMENTASI
KAWASAN EKONOMI KHUSUS KOTA BATAM
Survei Koran Harian Batam Pos, Tribun Batam, Sindo Batam, Haluan Kepri,
dan Pos Metro**

Sholihul Abidin¹, Ageng Rara Cindoswari², Sukadama Gea³
^{1,2,3}sholihulabidin88@gmail.com, cindoswari@gmail.com, sukadamaigea@gmail.com
^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam

Abstrak. Kebijakan pembangunan ekonomi di Kota Batam mengalami perubahan dari FTZ ke KEK. Hal ini jelas mempengaruhi masyarakat untuk mengetahui tentang perubahan apa saja yang terjadi terkait implementasi kebijakan. Media massa menjadi sarana informasi yang strategis baik bagi pemangku kebijakan dalam menyampaikan informasi maupun masyarakat dalam mengkonsumsi informasi. Publik dalam mengkonsumsi informasi maupun pemberitaan media massa memiliki indikator utama yaitu kredibilitas pemberitaan. Kredibilitas media massa menjadi aspek utama yang harus dimiliki oleh instansi media massa. Kepercayaan publik terhadap suatu pemberitaan sangatlah dipengaruhi oleh faktor kredibilitas media massa terkait. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui tingkat kredibilitas harian *Batam Pos*, *Tribun Batam*, *Koran Sindo*, *Haluan Kepri* dan *Pos Metro*. Jenis Penelitian ini adalah penelitian eksploratif dengan paradigma kuantitatif dan metode survei. Penelitian eksploratif merupakan kegiatan penjelajahan suatu permasalahan/topik untuk memahami permasalahan/topik tersebut. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang diperoleh dengan mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam sampel. Lokasi dan objek penelitian dipilih secara *purposive* (sengaja) dimana Kota Batam merupakan kota yang diberikan keistimewaan status kawasan yakni KEK. Berdasarkan temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa media cetak Haluan Kepri berada pada kategori media massa yang memiliki kredibilitas sangat tinggi. Batam Pos, Tribun Batam dan Koran Sindo berada pada kategori kredibilitas tinggi. Sedangkan Pos Metro berada pada kategori kredibilitas sedang.

Kata Kunci: *Kredibilitas, Media, Berita, Implementasi KEK,*

Abstract. *The policy of economic development in Batam City has changed from FTZ to KEK. This clearly affects the public to know about any changes that occur regarding the implementation of the policy. Mass media becomes a strategic information tool for both stakeholders in conveying information and the public in consuming information. Public in consuming information and mass media coverage have the main indicator that is credibility of news. Credibility of mass media become main aspect that must be owned by mass media institution. Public confidence in a report is influenced by the credibility factor of the related mass media. The purpose of this research is to know the level of daily credibility of Batam Pos, Tribun Batam, Koran Sindo, Kepuan Kepri and Pos Metro. Jenis This research is explorative research with quantitative paradigm and survey method. Explorative research is explorative activity of a problem / topic to understand the problem/topic The. Quantitative research is a study obtained by measuring the value of one or more variables in the sample. Location and object of research is selected purposively (deliberately) where Batam City is a city given the privilege of region status that is KEK. Based on the findings of research results indicate that print media Kepuan Kepri is in the category of mass media that has very high credibility. Batam Pos, Batam Tribun and Koran Sindo are in the category of high credibility. While Post Metro is in the category of moderate credibility.*

Keyword : *Credibility, Media, News, Implementation of KEK*

Pendahuluan

Kehadiran media massa merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sosial bermasyarakat. Berbagai fungsi dan peran media massa telah menjadi pendorong perubahan sosial di masyarakat. Media massa tak lagi hanya sekedar sarana informasi yang memenuhi sejumlah kebutuhan informasi masyarakat ataupun pendorong perubahan sosial melainkan menjadi pemicu dan faktor utama adanya perubahan sosial. Menurut Mc Quail (2009) peran media massa diantaranya adalah (1) jendela informasi, (2) cermin peristiwa masyarakat dan dunia, (3) *filter/gatekeeper*, (4) *guide* dan *interpreter*, (5) forum dan umpan balik, (6) *interlocutor* (partner komunikasi).

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi mendorong lahirnya sejumlah media massa. Mulai dari media cetak, elektronik hingga yang paling mutakhir adalah media sosial. Berdasarkan beberapa hasil penelitian menyatakan bahwa media cetak masih berada pada posisi teratas dalam keterpercayaan dari khalayaknya dibandingkan dengan jenis media cetak lainnya. Surat kabar atau Koran merupakan media cetak yang kerap dijadikan objek studi ilmu komunikasi dalam melihat keterkaitan antara prevalensi penggunaan khalayak berdasarkan kredibilitasnya.

Media massa merupakan media informasi yang terkait dengan masyarakat, digunakan untuk berhubungan dengan khalayak (masyarakat) secara umum, dikelola secara profesional dan bertujuan mencari keuntungan (Mondry, 2008: 12). Menurut Bungin (2008: 85), media massa merupakan institusi yang berperan

sebagai *agent of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Secara umum, media massa diartikan sebagai alat-alat komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada audiens dalam jumlah yang luas dan heterogen (Nurudin, 2007: 3).

Melihat begitu besar dan pentingnya media massa dalam kehidupan sosial masyarakat, berbagai penelitian terus dikembangkan terkait dengan media massa itu sendiri, efek media massa, pengaruh atau dampak media massa, pesan media massa hingga pada kebijakan media massa serta pemasaran media massa. Studi penelitian tersebut terus mengalami perubahan dari zaman ke zaman mengikuti dengan perkembangan masyarakat terkait dengan isu politik, ekonomi dan budaya sehingga melahirkan berbagai teori komunikasi massa yang berbeda-beda pada tiap zamannya. Teori utama dan populer yang membahas mengenai ini adalah *Uses and Gratification Theory* (Teori penggunaan dan gratifikasi). Teori ini mematahkan asumsi klasik yang menganggap bahwa masyarakat adalah individu yang segala kebutuhannya dipengaruhi, ditentukan dan dikontrol oleh media. *Uses and Gratification Theory* merupakan salah satu dari teori komunikasi massa untuk melihat audiens dari proses komunikasi massa sebagai individu yang aktif, selektif dan memiliki tujuan tertentu terkait dengan terpaan media kepadanya. Artinya individu atau audiens (khalayak) sebagai makhluk sosial mempunyai sifat selektif dalam menerima pesan yang ada dalam media massa. *Uses and Gratifications* meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan

tertentu dari media masa atau sumber-sumber lain (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan penelitian yang menggunakan *Uses and Gratifications model* memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan.

Kredibilitas memiliki arti suatu keadaan atau kondisi yang dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan sebagaimana mestinya. Media massa yang memiliki konsentrasi penyampai informasi harus memahami bahwa berita yang disampaikan memiliki kredibilitas. Arti dari kredibilitas berita itu sendiri adalah apabila informasi tersebut dapat dipercaya oleh para pengguna informasi dan jika dalam informasi tersebut terdapat kesalahan, maka kesalahannya tersebut tidaklah banyak serta sumber informasi tersebut dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.

Arifin (2010:120) mengatakan, tidak dapat dibantah bahwa selain masalah teknis pemuatan, penempatan dan juga pemilihan berita, maka pemilihan narasumber, gaya berita, dan opini media yang ditawarkan bisa menjadi frame bagi khalayak untuk menentukan sikapnya atas suatu tertentu. Ini mempertegas bahwa kekuatan pemberitaan media massa sampai saat ini masih dominan menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk mengkonsumsi suatu media massa.

Masyarakat bukanlah individu yang berfikir pada rasionalitas yang statis. Masyarakat memiliki kemampuan berfikir dengan jalan melakukan selektifitas atas semua stimuli yang mereka terima. Proses selektif berangkat dari penerimaan informasi selektif, ingatan selektif dan persepsi selektif. Hal ini juga terjadi juga

pada proses penerimaan stimuli berupa pesan yang disampaikan oleh media. Sehingga masyarakat mampu menilai terlebih dahulu pesan yang mereka dapatkan kemudian memberikan respon atas pesan dan media tersebut. Masyarakat pun bersifat aktif dalam memenuhi kebutuhan informasi, tidak lagi hanya menerima informasi saja tetapi juga ikut mencari dan menentukan sumber informasi apa yang akan mereka akses untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Dalam pencarian informasi masyarakat menjadi sangat selektif dimana salah satu faktor terpenting dalam pemilihan sumber informasi adalah faktor kredibilitasnya.

Merujuk pada peran media, surat kabar atau koran juga memiliki peran yang sama dengan media jenis yang lain. Surat kabar memiliki peran paling menonjol sebagai penyampai informasi dan menjadi sarana komunikasi antar komunikator dan komunikan. Lebih jauh lagi, surat kabar juga berperan sebagai penggerak dan pengawasan proses sosial yang terjadi di masyarakat, tak terkecuali pembangunan. Beberapa kisah keberhasilan program pembangunan yang melibatkan media massa terekam dari berbagai kisah sukses pembangunan era pemerintahan orde baru. Seperti pada program Keluarga Berencana (KB) di Indonesia yang menunjukkan peran bagi media massa dalam menjalankan fungsi Komunikasi, Informasi, Edukasi (KIE). Kemudian, program pembangunan di bidang kependudukan, pendidikan dan kesehatan juga memberikan peran media massa dalam menjalankan fungsinya dalam memberikan Informasi, Motivasi, Edukasi (IME).

Program Revolusi Hijau, Revolusi Biru, Revolusi Putih, terlepas dari

dampak pembangunan pada era pemerintahan orde baru, menunjukkan suatu bukti bahwa media massa melalui pemberitaan di daerah memiliki peran aktif dalam keberhasilan program tersebut. Contoh yang lain terlihat pada Program Pengembangan Kecamatan (PPK) tahun 1998 dan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat-Mandiri (PNPM-Mandiri) di tahun 2007. Semua media massa, cetak maupun elektronik lokal dan nasional baik milik pemerintah maupun swasta ikut memberitakan serta menyiarkan program tersebut sebagai salah satu strategi sosialisasi.

Pembangunan ekonomi Negara Indonesia sebagai negara berkembang dalam posisi negara dunia ketiga masih mengalami kendala. Hal ini dapat terlihat dari masih rendahnya GDP perkapita pertahun, *low investment*, *lowknowledge* sertatingginya angka kemiskinan dan angka pengangguran. Laporan Biro Pusat Statistik Indonesia, jumlah pengangguran terbuka per bulan Agustus 2014 sebesar 14.8 juta orang. Indonesia saat ini masih memiliki tingkat kemiskinan sebesar 12,5% atau 31,2 juta orang masih miskin (WorldBank, 2011). Artinya Indonesia membutuhkan kebijakan-kebijakan ekonomi yang dapat membuka lapangan pekerjaan seluas-luasnya untuk dapat memperkerjakan 14.8 juta jiwa tersebut.

Berlatar pada kedua permasalahan utama diatas, maka pemerintah membuat kebijakan pengembangan kawasan ekonomi untuk menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan nasional dengan jalan membuka keran investasi asing. Kawasan ekonomi khusus (KEK) adalah kawasan tertentu dimana diberlakukan ketentuan khusus dibidang kepabeanan, perpajakan, perijinan,

keimigrasian dan ketenagakerjaan. Pengembangan KEK ini dimaksudkan untuk memberi peluang bagi peningkatan investasi melalui penyiapan kawasan yang memiliki keunggulan dan siap menampung kegiatan industri, ekspor-impor serta kegiatan ekonomi lain yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Di Indonesia terdapat 2 kawasan perdagangan bebas dan pelabuhan bebas yakni Sabang dan BBK (Batam-Bintan-Karimun). Kontribusi Kawasan Ekonomi BBK (Batam-Bintan-Karimun kepada PDB Nasional mencapai hingga Rp. 68 Triliun hingga di tahun2014 (BP Batam, 2014 dalam Purba, 2015).

Perubahan kebijakan pembangunan ekonomi mengenai penetapan kawasan Batam mengalami dilematis ketika Batam yang memiliki saat ini memiliki status kawasan *Free Trade Zone* (FTZ) akan diganti menjadi KEK. Beberapa implikasi dari penetapan kebijakan ekonomi terdapat pada perubahan tata ruang dan infrastruktur; insentif dan pembiayaan; kelembagaan dan hukum pada praktek kepabean, pajak, izin, imigrasi dan ketenagakerjaan dalam mengelola arus perdagangan dan peredaran barang di Kota Batam. Kompleksnya konsekuensi yang ditimbulkan oleh perubahan kebijakan ini akan berdampak pada masyarakat secara luas, dimana masyarakat perlu mendapatkan kejelasan dan kepastian informasi mengenai segala bentuk perubahan berserta dengan konsekuensi dan penerapannya dilapangan. Pada konteks persoalan mengenai kejelasan dan kepastian terkait informasi KEK inilah masyarakat harus cerdas dan cermat dalam memilih media cetak mana yang dianggap kredibel untuk dijadikan sebagai sumber

referensi informasi.

Terdapat lima media massa cetak di Kota Batam yang memiliki karakteristik yang berbeda pada pemberitaannya. Diantaranya adalah Batam Pos, Tribun Batam, Koran Sindo, Haluan Kepri dan Pos Metro. Penelitian tentang kredibilitas berita media massa dengan membandingkan lima media cetak sekaligus hampir tak dapat dijumpai. Sedikit sekali kajian media massa cetak dengan obyek penelitian mengenai berita pembangunan dapat dijumpai di Kota Batam yang memiliki pembangunan bidang ekonomi begitu dinamis. Penelitian ini mencoba untuk melihat sisi lain dari media massa dalam membingkai isu pembangunan ekonomi (implementasi KEK) melalui peranannya sebagai perantara antara pemerintah, masyarakat dan stakeholders lainnya yang di analisis berdasarkan kredibilitas bagi khalayaknya. Judul penelitian ini adalah Kredibilitas Berita Implementasi Kawasan Ekonomi Khusus di Kota Batam (Survei Koran Harian Batam Pos, Tribun Batam, Koran Sindo, Haluan Kepri dan Pos Metro).

Penelitian ini membatasi masalah pada studi eksploratif sejumlah media cetak di Kota Batam berdasarkan kredibilitasnya dalam pemberitaan perubahan pembangunan ekonomi di Kota Batam. Khususnya pada pemberitaan implementasi kebijakan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK). Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah berapa tingkat kredibilitas berita implementasi kawasan ekonomi khusus di Kota Batam pada harian Batam Pos?, berapa tingkat kredibilitas berita implementasi kawasan ekonomi khusus di Kota Batam pada harian Tribun Batam?, berapa tingkat kredibilitas berita

implementasi kawasan ekonomi khusus di Kota Batam pada koran harian Sindo?, berapa tingkat kredibilitas berita implementasi kawasan ekonomi khusus di Kota Batam pada koran harian Haluan Kepri? berapa tingkat kredibilitas berita implementasi kawasan ekonomi khusus di Kota Batam pada koran harian Pos Metro?

Kajian Pustaka

Kredibilitas

Kredibilitas berita menjadi aspek utama yang harus dimiliki oleh sebuah perusahaan media massa. Kepercayaan khalayak terhadap informasi-informasi dan pemberitaan yang dimuat oleh media massa banyak dipengaruhi oleh faktor kredibilitasnya. Arifin, (2010:120) tidak dapat dibantah bahwa selain masalah teknis pemuatan, penempatan dan juga pemilihan berita, maka pemilihan narasumber, gaya berita, dan opini media yang ditawarkan bisa menjadi frame bagi khalayak untuk menentukan sikapnya atas suatu tertentu. Ini mempertegas bahwa kekuatan pemberitaan media massa sampai saat ini masih dominan menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk mengkonsumsi suatu media massa.

Kredibilitas memiliki arti suatu keadaan atau kondisi yang dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan sebagaimana mestinya. Media massa yang memiliki konsentrasi penyampai informasi harus memahami bahwa berita yang disampaikan memiliki kredibilitas. Arti dari kredibilitas berita itu sendiri adalah apabila informasi tersebut dapat dipercaya oleh para pengguna informasi dan jika dalam informasi tersebut terdapat kesalahan, maka kesalahannya tersebut tidaklah banyak serta sumber informasi

tersebut dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.

Pada perspektif komunikasi ini media massa merupakan elemen komunikator. Perlu juga kita sampaikan disini bahwa yang dimaksud dengan kredibilitas komunikator adalah tingkat kepercayaan seseorang kepada seorang pembicara. Dalam hal komunikasi massa maka yang dimaksud dengan kredibilitas komunikator berarti tingkat kepercayaan khalayak pembaca kepada media massa. Tingkat kredibilitas suatu pesan atau informasi ini cenderung akan meningkat jika disampaikan oleh komunikator yang ahli, dapat dipercaya serta menarik.

Meski perkembangan media massa pada saat ini begitu cepat, namun tak dapat dipungkiri bahwa setiap media (cetak, elektronik, internet) memiliki audien masing-masing. Banyak yang telah memprediksi bahwa media cetak di Indonesia akan gulung tikar seperti yang terjadi di negara yang perkembangan medianya sangat cepat yaitu Amerika. Namun untuk mencapai kondisi tersebut (media cetak gulung tikar) di Indonesia masih membutuhkan waktu yang cukup lama. Realitas saat ini media cetak masih memiliki tempat dihati para pembacanya. Selain karena memiliki tingkat akurasi dan verifikasi lebih tinggi, berita media cetak lebih dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan daripada media baru.

Dalam *Perceptions of Internet Information Credibility*, Flanagin dan Metzger (2000) menjelaskan, media konvensional (cetak) menjalani proses verifikasi serta melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum sampai kepada publik. Sebuah penelitian yang membandingkan antara media cetak dan

media online tersebut secara lebih jauh mengemukakan bahwa situs berita di internet (media online) tidak selalu melakukan langkah-langkah verifikasi serta melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum sampai kepada publik. Bahkan, karena mudah diedit bahkan dihapus kapan saja, berita media online bisa disajikan "asal-asalan". Akurasi belakangan. Hasil studi Flanagin dan Metzger menunjukkan situs internet memang kredibel, namun tidak seterpercaya media cetak.

Kredibilitas yang berasal dari satu set nilai merupakan hal yang cukup banyak membangun media dalam berbagai macam gaya, bentuk, dan genre. Klaim dari media tentang nilai yang menjamin ketidakberpihakan, obyektivitas, dan kebenaran tampaknya terlihat jelas secara historis dan juga budaya. Nilai-nilai tersebut ditentukan oleh tuntutan sosial dan budaya saat itu, teknologi, dan juga oleh institusi medianya (Hall, 2001 : 41). Faktor kredibilitas pemberitaan suatu media tidak hanya dilihat dari kontennya saja namun juga bagaimana media tersebut mampu menyebarkan informasi dengan cepat, mudah untuk digunakan/diakses, dan juga menampilkan fitur tambahan dari sebuah berita kepada khalayak. Berikut adalah faktor-faktor kredibilitas berita media massa:

1. Keseimbangan dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *balance*, *report the whole story*, *objective*, *fair*, *accuracy*. Hal yang paling utama dalam faktor ini adalah *balance* dan *report the whole story*.
2. Kejujuran dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *honesty*, *believability*, *trustworthiness*. Hal

yang paling utama dalam faktor ini adalah *honesty*.

3. Kekinian dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *uptodate*, *currency*, dan *timeliness*. Ketiga dimensi tersebut memiliki proporsi yang hampir sama dalam membangun faktor ini.

Berita

Suhandang (2010: 102) menjelaskan istilah “news), istilah Inggris untuk “berita”, berasal dari “new” (baru) dengan konotasi kepada hal-hal yang baru. Dalam hal ini segala yang baru merupakan bahan informasi bagi semua orang yang memerlukannya. *Vritta* dalam bahasa Indonesiakemudian menjadi berita atau warta. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian berita adalah: 1) cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat; kabar; 2) laporan, 3) pemberitahuan; pengumuman. Hornby (1961) dalam Suhandang (2010: 103) menjelaskan “news” sebagai laporan tentang apa yang terjadi paling mutakhir (= sangat-sangat baru), baik peristiwanya maupun faktanya.

Secara etimologis, Suhandang (2010: 103) mengemukakan istilah berita dalam bahasa Indonesia mendekati istilah “*bericth (en)*” dalam bahasa Belanda. Besar kemungkinan kedua istilah itu berketurunan mengingat Indonesia lama di jajah Belanda. Dalam bahasa Belanda “*bericth (en)*” dijelaskan sebagai “*mededeling*” (penguuman) yang berakar kata dari “*made (delen)*” dengan sinonim pada “*bekend maken*” (memberitahukan, mengumumkan, membuat terkenal) dan “*vertelen*” (menceritakan atau memberitahukan).

Sumadiria, (2005:64) memberikan definisi lain mengenai berita, mengutip

Doug Newson dan James A.Wollert dalam *Media Writing: News for the Mass Media* mengemukakan dalam definisi sederhana, berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat. Dengan melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan. Setelah merujuk kepada beberapa definisi diatas,meskipunberbeda-beda namun terdapat persamaan yang mengikat pada berita, meliputi: menarik perhatian, luar biasa dan termasa (baru). Dapat difahami bahwa berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online internet* (Sumadiria, 2005:65).

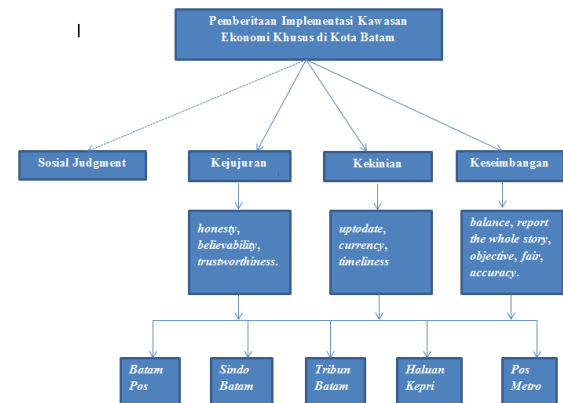
Kawasan Ekonomi Khusus Kota Batam

Kota Batam dengan lokasinya yang strategis telah lama disebagai lokasi menjanjikan bagi investasi di Tanah Air. Letaknya yang berbatasan langsung dengan Singapura membuat kota ini berada dijalur pintu pasar dunia. Itulah sebabnya pemerintah menetapkan kota Batam sebagai kawasan Free Trade Zone (FTZ) beberapa tahun lalu. Sayangnya pada saat ini iklim investasi di kota Batam mulai menurun. Indikator menurunnya investasi di Kota Batam dapat dilihat dari sebanyak 30 persen dari ratusan perusahaan di Batam berencana memindahkan pabriknya ke negara lain karena kondisi yang terjadi di Batam. Negara tujuan kepindahan perusahaan tersebut antara lain, Malaysia dan Vietnam.

Beberapa faktor yang dianggap menjadi penyebab perpindahan perusahaan ini diantaranya adalah konflik perburuhan dan dualisme kewenangan antara Badan Pengelolaan (BP) Batam serta Pemerintah Kota (Pemko) Batam. Pemerintah pusat, memberikan wewenang BP Batam dalam hal perizinan pusat. Sementara Pemkot Batam berwenang mengeluarkan izin daerah meskipun proses perizinan ada di bawah Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP). Kondisi tersebut kemudian membuat pemerintah pusat harus turun tangan. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian mengubah status Batam dari kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas (PBPB) menjadi Kawasan Ekonomi Khusus (KEK).

Keputusan tersebut dilakukan setelah sebelumnya pemerintah memutuskan untuk membentuk Dewan Kawasan Batam guna memperbaiki tata kelola kota ini. Keputusan ini juga diperkuat dengan Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 8 Tahun 2016 tentang Dewan Kawasan PBPB Batam pada tanggal 29 Februari 2016. Dalam ketentuan tersebut ditetapkan Dewan Kawasan PBPB Batam diketuai oleh Menteri Koordinator Bidang Perekonomian dan beranggotakan perwakilan dari 11 lembaga.

ekonomi di Kota Batam begitu pesat berbagai kebijakan pembangunan ekonomi dicanangkan salah satunya adalah kebijakan peralihan status ekonomi Kota Batam dari FTZ ke KEK, perubahan kebijakan pembangunan ekonomi ini menyebabkan masyarakat ingin mengetahui lebih jauh perubahan apa saja yang terjadi terutama terkait dengan implementasi kebijakan. Dalam hal ini media massa cetak di Kota Batam bertindak sebagai penyampai informasi dan sarana komunikasi. Namun dalam penggunaannya masyarakat akan memilih berdasarkan kredibilitasnya. Terdapat 5 buah media massa cetak di Kota Batam dimana dalam penelitian ini akan meneliti kredibilitas kelima media cetak tersebut dalam pemberitaan implementasi KEK di Kota Batam. Lebih jelas kerangkapemikiran dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori *uses and gratification* masyarakat memiliki kemampuan selektif dalam memilih media yang akan mereka gunakan sebagai sumber informasi. Dalam pemilihan tersebut, faktor kredibilitas merupakan faktor penentu utama. Pembangunan

Hipotesis Penelitian

Pada jenis penelitian eksploratif tidak terdapat hipotesis penelitian yang akan diuji secara statistik. Penelitian eksploratif adalah penelitian yang dilakukan dalam rangka membangun hipotesis berdasarkan hasil penelusuran yang dilakukan oleh peneliti.

Metode

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah masyarakat Kota Batam yang berdomisili di Batam Kota dan berdasarkan usia dari 15 – 64 tahun yang terdata di Dinas Kependudukan Kota Batam. Hal ini berdasarkan pertimbangan aksesibilitas media cetak berupa harian secara konstan. Pada usia tersebut kebutuhan akan informasi dan tingkat keterbukaan informasi cukup tinggi sehingga memudahkan penelitian ini untuk dilakukan.

Tabel 1
Rekap Data Penduduk Kecamatan Batam Kota Berdasarkan Usia

No	Kec. Batam Kota	Kelurahan	Usia (Tahun)										Jml
			15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	
1		Baloi Permai	1911	2311	3556	4271	4257	3459	1902	793	422	291	23173
2		Taman Baloi	1359	1882	2541	3224	3025	2364	1443	751	487	274	17346
3		Teluk Tering	876	1138	1405	1862	1814	1256	789	504	258	201	10130
4		Belian	2390	3530	5658	8544	7893	4822	2250	997	588	385	37084
5		Sukajadi	431	381	424	470	430	468	465	274	169	82	3594
6		Sungai Panas	1619	1891	2439	3122	2690	1970	1371	796	534	296	16728
JUMLAH													108.055

Sumber: Data Dinas Kependudukan dan Pencacatan Sipil Kota Batam tahun 2014

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan cara *cluster random sampling*. Jumlah sampel dari populasi yang jumlahnya 108.055 peserta sebagai berikut:

n = Jumlah Sampel

N = 108.055

1 = Konstanta

e² = 5 %

$$n = \frac{108.055}{1 + 108.055 (0.05)^2} = 337,52 \text{ (dibulatkan 338)}$$

Rumus.1.Rumus Slovin

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Tabel.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Definisi	Pengukuran
Kredibilitas Media	Keseimbangan	Balance	Pemberitaan yang berimbang	Kuesioner Skala Ordinal
		Report the whole story	Pemberitaan yang melaporkan berita secara keseluruhan	Kuesioner Skala Ordinal
		Objective	Pemberitaan yang tidak bias	Kuesioner Skala Ordinal
		Fair	Pemberitaan berita secara berimbang	Kuesioner Skala Ordinal
		Accuracy.	Pemberitaan berita secara tepat	Kuesioner Skala Ordinal
	Kejujuran	Honesty	Pemberitaan berdasarkan fakta sesungguhnya	Kuesioner Skala Ordinal
		Believability	Pemberitaan yang dapat dipercaya	Kuesioner Skala Ordinal
		Trustworthiness.	Pemberitaan yang adil	Kuesioner Skala Ordinal
	Kekinian	Up to date	Pemberitaan yang aktual	Kuesioner Skala Ordinal
		Currency	Pemberitaan yang bernilai	Kuesioner Skala Ordinal
		Timeliness	Pemberitaan yang tidak mudah dilupakan	Kuesioner Skala Ordinal

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner (angket), wawancara tak terstruktur, observasi, dan analisis dokumen. Kuesioner dibuat dengan menurunkan indikator sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan berdasarkan skala likert. *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial (Riduwan, 2010: 89).

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan wawancara tak terstruktur terhadap beberapa pihak seperti perwakilan dari BP BATAM, Kadin cabang Batam, Pemkot Batam. Peneliti melakukan observasi terbatas pada objek penelitian yaitu media cetak Harian Tribun Batam, Batam Pos, Koran Sindo, Pos Metro dan Haluan Kepri. Analisis dokumen dilakukan dengan memeriksa beberapa laporan baik laporan bulanan maupun laporan tahunan yang dimiliki oleh instansi pihak-pihak terkait seperti gambar/foto terkait dengan penelitian.

Validitas Dan Reliabilitas

Uji validitas instrumen yang dilakukan adalah bangun pengertian *construct validity* yang berkenaan dengan kesanggupan alat ukur untuk mengukur pengertian-pengertian yang terkandung dalam materi yang diukur. Uji validitas dilakukan dengan melihat perbandingan nilai koefisien *product moment pearson* dan nilai (r) tabel. Reliabilitas (keterandalan) instrumen dilakukan dengan cara uji coba kuesioner. Metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini adalah menggunakan metode *alpha cronbach* dengan program *SPSS20 for Windows*.

Analisis Data

Data yang dikumpulkan, diolah dan disajikan dan dianalisis berdasarkan kepentingan penelitian. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Statistik Descriptive yang menyatakan distribusi frekuensi menggunakan program SPSS 20 for windows dan ditampilkan dalam gambar dan grafik. Pada penelitian ini, peneliti melakukan penerangan kredibilitas 5 media cetak tersebut berdasarkan perhitungan nilai range yang diklasifikasikan menjadi tiga jumlah kelas yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai range menurut Riduwan (2010) adalah:

NR	=	NST - NSR	Keterangan :
			NR : Nilai Range
PI	=	NR : JIK	NST : Nilai Skor Tertinggi
			NSR : Nilai Skor Terendah
			JIK : Jumlah Interval Kelas
			PI : Panjang Interval

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui pengukuran kategori kredibilitas media adalah sbb:

$$NR = \frac{3,20 - 0,65}{3} = 0,85$$

Sehingga, kategori rendah : 0,65-1,5, kategori sedang : 1,5-2,35, kategori tinggi : 2,35-3,20

Profil Responden

Jenis Kelamin merupakan salah satu karakteristik individu yang melekat secara biologis pada responden. Berdasarkan penelitian yang sering dilakukan oleh peneliti sebelumnya, memasukkan karakteristik individu jenis kelamin memberikan perbedaan penjelasan atau pembahasan pada hasil penelitiannya. Pada penelitian ini perbedaan responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa keterdedahan media khususnya pada pemberitaan Kawasan Ekonomi Khusus di 5 media massa cetak Batam menunjukkan hasil yang didominasi oleh pembaca laki-laki. Hal ini dapat dilihat pada table di bawah ini :

Tabel 3
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (100%)
1.	Laki-Laki	203	60%
2.	Perempuan	135	40%
Total		338	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 203 atau sebesar 60 persen, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 135 atau sebesar 40 persen. Umur berkaitan dengan perilaku seseorang yang dalam hal konsumsi terhadap media massa dapat menunjukkan sebagai bentuk kebutuhan atas informasi. Penelitian ini mengelompokkan umur responden menjadi tiga. Orang yang memiliki usia matang atau dewasa biasanya memiliki kebutuhan informasi yang lebih tinggi dibandingkan remaja atau anak-anak. Pertama adalah responden yang

berumur 16 tahun sampai 20 tahun, kedua responden yang berumur 21 tahun sampai 30 tahun, dan yang ketiga adalah responden yang berumur 31 sampai 60 tahun.

Tabel 4
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Umur	Jumlah	Persentase (100%)
1.	16-20	37	12%
2.	21-30	127	37%
3.	31-60	174	51%
Total		338	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan umur 31 tahun sampai 60 tahun sebanyak 174 atau 51 persen. Sementara jumlah responden yang berumur 21 tahun sampai 30 tahun sebanyak 127 atau 37 persen dan responden berusia 16 tahun sampai 20 tahun hanya berjumlah 37 atau 12 persen. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berusia dewasa ini lebih banyak mengonsumsi media untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Notoatmodjo (2010) pendidikan akan mempengaruhi kognitif seseorang dalam peningkatan pengetahuan. Karena pengetahuan sebenarnya tidak dibentuk hanya satu sub saja yaitu pendidikan tetapi ada sub bidang lain yang akan juga akan mempengaruhi pengetahuan seseorang misalnya pengalaman, informasi, keperibadian dan lainnya. Dalam penelitian ini profil responden dikategorisasikan pada dua kelompok. Pertama adalah responden yang memiliki tingkat pendidikan dari SD sampai SMA atau sederajat, kemudian yang kedua adalah responden yang memiliki pendidikan Diploma, sarjana dan Magister.

Tabel 5
Profil Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (100%)
1.	SD-SMA	236	70%
2.	Diploma, sarjana, magister	102	30%
Total		338	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan SD-SMA sebanyak 236 atau 70 persen. Sementara jumlah responden yang memiliki pendidikan diploma, sarjana dan magister adalah 102 orang atau 30 persen.

Profil Terpaan Media Massa Responden

Berdasarkan tabel 6 koran harian Batam Pos dipilih oleh responden sebanyak 129 atau 38 persen. Jika dilihat dari jumlah tersebut maka koran Batam Pos lebih banyak dipilih oleh pembaca daripada empat koran harian lain yaitu Tribun batram, Pos Metro, Haluan

Kepri dan Koran Sindo Batam. Sementara itu koran harian Sindo Batam dipilih oleh 35 responden atau 10 %. Hal ini menunjukkan bahwa koran Sindo Batam lebih sedikit dipilih oleh pembaca daripada koran lain yaitu Tribun batram, Pos Metro, Haluan Kepri dan Batam Pos.

Tabel 6
Profil Responden Berdasarkan Terpaan Nama Media Massa

No	Nama Media Massa	Jumlah	Persentase (100%)
1.	Pos metro	51	15%
2.	Haluan kepri	56	17%
3.	Batam pos	129	38%
4.	Tribun batam	67	20%
5.	Koran sindo batam	35	10%
Total		338	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Frekuensi terpaan media massa oleh setiap responden penelitian ini dilihat dalam mulai dari yang paling banyak memiliki frekuensi terpaan media massa yaitu setiap hari hingga yang memiliki frekuensi terpaan media massa paling jarang yaitu satu kali dalam satu minggu. Berikut ini tabel tentang profil responden berdasarkan frekuensi terpaan media massa.

Tabel 7
Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Terpaan Media Massa

No	Frekuensi TerpaanMedia Massa	Jumlah	Persentase (100%)
1.	Satu minggu sekali	141	42%
2.	Satu minggu dua kali	85	25%
3.	Satu minggu tiga kali	55	16%
4.	Satu minggu empat kali	28	8%
5.	Setiap hari	29	9%
Total		338	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa frekuensi terpaan media massa oleh responden paling tinggi adalah satu minggu sekali dengan jumlah responden 141 atau 42 persen. Responden yang memiliki frekuensi terpaan media massa lebih banyak yaitu empat kali dalam satu minggu dan yang setiap hari masing-masing hanya 28 dan 29 atau 8 persen dan 9 persen. Pendidikan Hal ini menunjukkan bahwa responden yang jarang membaca koran harian lebih banyak dan reponden yang sering membaca koran harian lebih sedikit.

Dibawah ini merupakan profil responden berdasarkan topik pemberitaan yang paling populer pada setiap media massa. Topik berita atau tema berita ini dalam media massa juga biasa disebut sebagai rubrik. Topik berita ini penting untuk mengetahui tema-tema berita apa yang diminati atau kurang diminati oleh masyarakat yang nantinya juga dapat menjadi rujukan media massa dalam menyediakan informasi bagi publik. Profil responden berdasarkan topik pemberitaan secara dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 8
Profil Responden Berdasarkan topik pemberitaan Media

No	Topik Pemberitaan di Media Massa	Jumlah	Persentase (100%)
1.	berita ekonomi	62	18%
2.	berita politik	84	25%
3.	berita olah raga	51	15%
4.	berita hukum	54	16%
5.	berita hiburan	87	26%
Total		338	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel topik pemberitaan media massa diatas berita yang paling banyak diminati oleh responden adalah topik berita hiburan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan jumlah responden pembaca topik berita hiburan sebanyak 87 atau 26 persen. Kemudian topik berita yang paling kecil diminati oleh responden adalah topik berita olahraga yang menunjukkan jumlah responden pemilihnya 51 atau 15 persen.

Dibawah ini merupakan profil responden berdasarkan durasi terpaan media massa yang dialami oleh setiap responden. Penentuan durasi terpaan media massa yang terdiri dari setengah jam, satu jam, satu setengah jam, dua jam, dua setengah jam seperti pada tabel dibawah ini masing-masing adalah durasi dalamkurun waktu satu minggu. Hasil durasi terpaan media massa pada responden dalam kurun waktu satu minggu tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 9
Profil Responden Berdasarkan Durasi Terpaan Media

No	Durasi TerpaanMedia Massa	Jumlah	Persentase (100%)
1.	setengah jam	62	18%
2.	satu jam	84	25%
3.	satu jam setengah	51	15%
4.	dua jam	54	16%
5.	dua jam setengah	87	26%
Total		338	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel durasi terpaan media massa yang dialami oleh responden diatas dapat dilihat bahwa responden yang mengalami durasi terpaan dua jam setengah sebanyak 87 responden atau 26 persen dari jumlah total responden. Kemudian jumlah durasi terpaan media massa terkecil adalah satu jam setengah dengan jumlah 51 responden atau 15 persen dari jumlah total responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih banyak mendapat terpaan media massa atau menyempatkan waktu lebih banyak untuk membaca koran harian.

Pembahasan

Kredibilitas 5 Media Cetak di Kota Batam Pada Pemberitaan Implementasi Kawasan Ekonomi Khusus di Kota Batam.

Kredibilitas media massa menjadi aspek utama yang harus dimiliki oleh sebuah perusahaan media massa. Kepercayaan khalayak terhadap informasi yang dimuat media massa banyak dipengaruhi oleh tingkat kredibilitas media massa itu sendiri. Arifin (2010:120) tidak dapat dibantah bahwa selain masalah teknis pemuatan, penempatan, dan juga pemilihan berita, maka pemilihan nara sumber, gaya berita, dan opini media yang ditawarkan bisa menjadi frame bagi khalayak untuk menentukan sikapnya atas situasi tertentu. Ini mempertegas bahwa kekuatan pemberitaan media massa sampai saat ini masih dominan menjadi daya tarik bagi khalayak dalam mengkonsumsi informasi media massa. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa sebaran nilai kredibilitas yang terdiri dari keseimbangan, kejujuran, dan kekinian tidaklah sama ada setiap media cetak di kota Batam. Nilai kredibilitas pada koran Batam Pos dapat dilihat pada Tabel .10. dibawah ini:

Tabel 10
Nilai Rata-rata Mean Kredibilitas Batam Pos, Harian Tribun, Koran Sindo, Haluan Kepri dan Pos Metro

Kredibilitas	Batam Pos (N=129)	Harian Tribun (N=67)	Koran Sindo (N=35)	Haluan Kepri (N=56)	Pos Metro (N=51)
Keseimbangan	0,65	2,94	2,93	3,11	2,10
Kejujuran	3,52	3,04	2,78	3,15	2,30
Kekinian	3,20	3,07	3,12	3,11	2,20

Kategori Rendah : 0,65-1,5, Kategori Sedang : 1,5-2,35, Kategori Tinggi : 2,35-3,20
 Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2017.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa sebaran nilai kredibilitas yang terdiri dari keseimbangan, kejujuran dan kekinian tidaklah sama pada setiap media cetak di kota Batam. Hal ini tercermin pada pemberitaan Kawasan Ekonomi Khusus yang berlaku di Kota Batam. Hasil kuesioner responden terlihat bahwa harian Batam Pos memiliki *prevalency* (kecenderungan) tertinggi dipilih oleh masyarakat kota Batam dalam hal pemberitaan KEK. Responden memilih Batam Pos dikarenakan anggapan nilai kredibilitas yang cukup tinggi khususnya pada indikator kejelasan dan kekinian. Namun hal ini berbanding terbalik pada indikator keseimbangan dimana Batam Pos memiliki nilai yang masuk dalam kategori rendah yakni 0,65. Hal ini menggambarkan bahwa meski Batam Pos memiliki jumlah pembaca terbanyak, mereka cukup jeli untuk bias menilai keseimbangan pemberitaan oleh Batam Pos khususnya dalam pemberitaan implementasi Kawasan Ekonomi Khusus. Pada sisi lain, selanjutnya untuk kejujuran nilai rata-rata skor Batam Pos adalah 3.52 dan masuk dalam kategori tinggi. Nilai kejujuran Batam Pos paling tinggi diantara nilai kejujuran media lainnya dalam pemberitaan implementasi KEK. Hal ini menunjukkan responden menganggap Batam Pos menyetujui bahwa pemberitaan KEK di Batam Pos diberitakan dengan jujur sesuai dengan fakta yang terjadi. Selanjutnya untuk nilai kekinian, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata adalah 3.20 yang juga masuk ke dalam kategori tinggi. Sehingga dapat diartikan bahwa responden menyetujui bahwa pemberitaan KEK di Batam Pos diberitakan secara aktual.

Berdasarkan Tabel 10 di atas dapat dilihat nilai keseimbangan Tribun Batam rata-rata skornya adalah 2.94 yang masuk ke dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat kota Batam menganggap bahwa Tribun Batam menyajikan pemberitaan kawasan ekonomi khusus secara berimbang dan tidak berat sebelah. Mereka mempercayai bahwa harian Tribun Batam dapat memberikan informasi yang adil dan tidak memihak. Selanjutnya pada penilaian kejujuran terlihat bahwa rata-rata skor harian Tribun Batam adalah 3.04 yang juga masuk ke dalam kategori tinggi. Masyarakat kota Batam menilai harian Tribun Batam menyajikan berita yang faktual sehingga mendapatkan kepercayaan yang tinggi dari publik terhadap pemberitaan kawasan ekonomi khusus di Kota Batam. Kemudian, untuk nilai kekinian harian Tribun Batam memperoleh nilai rata-rata 3.07 yang masuk ke dalam kategori tinggi. Hal ini juga menunjukkan kepercayaan masyarakat Kota Batam (responden) tinggi terhadap kekinian (aktual) pemberitaan kawasan ekonomi khusus yang dimuat pada harian Tribun Batam.

Berdasarkan Tabel 10 di atas dapat dilihat bahwa skor rata-rata keseimbangan pada Koran Sindo adalah 2.93 yang masuk ke dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pemberitaan Kawasan Ekonomi Khusus pada Koran Sindo dapat dipercaya dan menyajikan berita yang berimbang. Selanjutnya, untuk penilaian kejujuran Koran Sindo memperoleh rata-rata skor 2,78 yang masuk ke dalam kategori tinggi yang artinya masyarakat kota Batam mempercayai pemberitaan Kawasan Ekonomi Khusus di Koran Sindo sesuai

dengan fakta. Selanjutnya, untuk penilaian kekinian Koran Sindo rata-rata skornya adalah 3,12 yang masuk ke dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat (responden) mempercayai pemberitaan Kawasan Ekonomi Khusus pada Koran Sindo merupakan pemberitaan aktual.

Harian Haluan Kepri memiliki nilai keseimbangannya menunjukkan hasil 3.11 yang masuk ke dalam kategori tinggi. Masyarakat kota Batam mempercayai Haluan Kepri memberikan berita yang berimbang tidak berat sebelah dan menjunjung azas keadilan pada pemberitaan kawasan ekonomi khusus. Selanjutnya untuk nilai kejujuran skor rata-rata yang diperoleh adalah 3.15 yang masuk dalam kategori sangat tinggi. Artinya, masyarakat mempercayai bahwa pemberitaan mengenai kawasan ekonomi khusus pada Koran Haluan Kepri sesuai dengan fakta sesungguhnya tanpa adanya sebagian fakta yang disembunyikan untuk disampaikan. Selanjutnya, untuk nilai Kekinian Koran haluan Kepri mendapat rata-rata skor 3.11 yang juga masuk kedalam kategori tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden mempercayai Harian Haluan Kepri menyajikan berita yang terdepan, segera dan aktual. Selain itu, pencapaian skor rata-rata kredibilitas media massa yang dicapai oleh Koran Haluan Kepri menunjukkan hasil yang diluar dugaan. Dimana nilai kredibilitas khususnya keseimbangan pemberitaan yakni 3,11 melebihi nilai keseimbangan yang dicapai oleh Batam Pos. Kondisi ini menggambarkan bahwa masyarakat Kota Batam sudah cerdas dalam memilih dan menilai keterpercayaan media massa dengan segala kelebihan dan

kekurangannya. Popularitas, daya jangkau dan daya beli juga turut menjadi tambahan pertimbangan bagi masyarakat untuk memilih media massa mana yang dianggap kredibel dalam sebuah pemberitaan.

Penilaian responden terhadap nilai keseimbangan Koran Pos Metro menunjukkan rata-rata skor 2.10 yang masuk kedalam kategori sedang. Pada penilalan kejujuran masuk pada kategori sedang dengan nilai rata-rata 2.30. Pada penilalan kekinian memperoleh skor rata-rata 2.20 yang masuk pada kategori sedang. Pos Metro merupakan harian yang nilai kredibilitasnya masuk ke dalam kategori sedang. Dimana empat harian sebelumnya yaitu Batam Pos, Tribun Batam, Koran Sindo dan Haluan Kepri masuk kedalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan perbedaan segmentasi khalayak dan agenda media masing-masing media cetak. Untuk pemberitaan mengenai Kawasan Ekonomi Khusus harian Pos Metro dianggap cukup memiliki berita yang berimbang, cukup faktual serta cukup aktual dalam memberitakan Kawasan Ekonomi Khusus.

Simpulan

Masing-masing media cetak memiliki kredibilitas yang berbeda. Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan pada media cetak di Kota Batam Batam Pos merupakan media cetak yang mendapatkan nilai tertinggi berdasarkan nilai kejujuran dan kekinian. Namun pada nilai keseimbangan nilai tertinggi ada media cetak pada Haluan Kepri. Sedangkan keseluruhan indikator kredibilitas lainnya pada 5 media berada pada kategori tinggi, kecuali media cetak Pos Metro, dimana pada nilai

keseimbangan, kejujuran dan kekinian berada pada kategori sedang.

Saran

Berdasarkan simpulan diatas, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian mengenai kredibilitas media perlu ditambah dengan analisis yang lebih spesifik agar dapat menghasilkan variasi hasil penelitian.
2. Pelaksanaan penelitian kredibilitas perlu diperkaya dengan data kualitatif agar hasil penelitian lebih mendalam.

Daftar Pustaka

Arifin, Anwar.2010. Opini Publik. Depok : Gramata Publishing.

Bungin. 2008. Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat). Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Djuroto, T. 2000. Manajemen Penerbitan Pers. Bandung : Remaja Rosdakarya

Flanagin, A.J., Metzger, M.J. 2000. Perceptions of Internet Information Credibility Massachusetts: Journalism & Mass Communication.

Kriyantono, Rachmat. 2009. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Group.

McQuail, Dennis. 2009. Mass Communication Theory. London : Stage Publication, Ltd.

Mondry.2008. Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik.Bogor : Ghalia Rosdakarya

Nurudin, M.Si. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Purba, PandapotanT. 2015. Bappenas *Call For Paper And International Conference, Implementing Nawacita: Strategies And Policies, April-Agustus2015*

Putri, Dianingtyas Murtanti. Peran Media Online Dalam Pembangunan Provinsi Banten Journal Communication Spectrum. 2013.

Renzulli, Ardha. Thesis. Hubungan Faktor Kredibilitas Media Terhadap Aktivitas Akses Berita Online Berdasarkan Segmentasi Psikografis. Universitas Indonesia. 2012.

Riduwan. 2010. Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistika. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta

Tawaang, Felix. Agenda Media Surat kabar (Analisis Isi Surat kabar Ibukota)/Newspapers Media Agenda (The Capital Newspapers Content Analysis), Peneliti Bppki Jakarta Badan Litbang Sdm Kementerian Kominfo Ri, Jp Komunikasi, 2015.

Widodo, Rachmat. Skripsi. Kredibilitas Pemberitaan Pada Portal Berita Online Vivanews.Com. UNDIP. 2012.