

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas

Dalam penyusunan penelitian ini perlu dilakukannya uji reliabilitas dan uji validitas. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *expert judgment* dengan membuat materi instrumen dan kemudian dikonsultasikan ke pendapat ahli. Peneliti meminta bantuan kepada dosen pembimbing untuk memeriksa apakah materi instrumen sudah sesuai dengan konsep yang akan diukur. Setelah melakukan uji validitas materi instrumen yang sudah dinyatakan valid selanjutnya peneliti dapat melanjutkan dengan instrumen yang sudah disepakati dengan kevalidannya dalam validitas.

Selanjutnya hal yang dilakukan setelah menemukan hasil dari uji validitas adalah melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk melakukan pengujian yakni sejauh mana alat ukur yang telah dibuat dapat menghasilkan temuan yang sama (Eriyanto, 2011:281). Penulis menggunakan formula Holsti untuk menemukan hasil dari uji reliabilitas. Berikut formula Holsti:

$$\text{Reliabilitas Antar - Coder} = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

1. M= Jumlah coding yang sama (disetujui oleh masing-masing coder)
2. N1= Jumlah coding yang dibuat oleh coder 1
3. N2= Jumlah coding yang dibuat oleh coder 2

Reliabilitas bergerak antara 0 hingga 1, dimana 0 tidak ada satupun disetujui oleh *coder* dan 1 berarti persetujuan sempurna diantara para *coder*. Formula Holsti memiliki angka reliabilitas minimum 0,7 atau 70% untuk ditoleransi. Sehingga jika hasil perhitungan di atas 0,7 menandakan alat ukur yang digunakan reliabel.

Dalam penelitian ini, peneliti meminta bantuan rekan Paza Gilar mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata (koder 2) dan Serafina Indah almuni Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Soegijapranata yang saat ini bekerja di media online South East Island Times (koder 3). Selanjutnya untuk mendapatkan hasil dari uji reliabilitas, peneliti melakukan langkah-langkah berikut:

1. Menjabarkan dan memberikan panduan terkait unit analisis dan kategorisasi yang sudah disusun peneliti.
2. Kedua koder melakukan pengukuran pada minimal 10 persen dari sampel yang telah ditentukan, yakni 11 konten berita bagi tiap masing-masing koder.
3. Hasil pengukuran dibandingkan oleh peneliti dengan menggunakan formula Holsti.

Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan 5 indikator penelitian yang sudah disusun sebelumnya.

No.	Indikator
1.	Terdapat unsur 5W+1H
2.	Foto/video mendukung isi berita.
3.	Penulisan caption tidak terjadi kesalahan seperti <i>typo</i> .
4.	Terdapat sumber pengirim.
5.	Terdapat gambar pendukung.
6.	Tidak terdapat opini pribadi penulis.

Tabel 4.1 Indikator penelitian

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas yang sudah dilakukan oleh peneliti

1. Hasil uji reliabilitas indikator terdapat unsur 5W+1H.

Jumlah koding yang disetujui oleh koder 1 dan 2 serta 1 dan 3 adalah 11. Sehingga hasil reliabilitas dengan formula Holsti didapatkan angka 1 dan 1.

2. Hasil uji reliabilitas indikator foto/video mendukung isi berita.

Jumlah koding yang disetujui oleh koder 1 dan 2 serta 1 dan 3 adalah 10. Sehingga hasil reliabilitas dengan formula Holsti didapatkan angka 0,91 dan 0,91.

3. Hasil uji reliabilitas indikator penulisan caption tidak terjadi kesalahan seperti *typo*.

Jumlah koding yang disetujui oleh koder 1 dan 2 adalah 10 serta koder 1 dan 3 adalah 8. Sehingga hasil reliabilitas dengan formula Holsti didapatkan angka 0,91 dan 0,73.

4. Hasil uji reliabilitas indikator terdapat sumber pengirim.

Jumlah koding yang disetujui koder 1 dan 2 serta koder 1 dan 3 adalah 11. Sehingga hasil reliabilitas dengan formula Holsti didapatkan angka 1 dan 1.

5. Hasil uji reliabilitas indikator gambar pendukung.

Jumlah koding yang disetujui koder 1 dan 2 serta koder 1 dan 3 adalah 11. Sehingga hasil reliabilitas dengan formula Holsti didapatkan angka 1 dan 1.

6. Hasil uji reliabilitas indikator tidak terdapat opini pribadi

Jumlah koding yang disetujui koder 1 dan 2 adalah 9 serta koder 1 dan 3 adalah 11. Sehingga hasil reliabilitas dengan formula Holsti didapatkan angka 0,81 dan 1.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Indikator	Koder 1 x Koder 2	Koder 1 x Koder 3
1	1	1
2	0,91	0,91
3	0,91	0,73
4	1	1
5	1	1
6	0,81	1

Sesudah melakukan uji reliabilitas dan mendapat hasil *coefficient reliability* mencapai diatas 0,70 persen maka instrumen penelitian yang sudah disusun oleh peneliti sudah bisa dikatakan layak dan dapat digunakan untuk melanjutkan penelitian.

Dari hasil uji reliabilitas di atas, peneliti mendapatkan hasil uji yang temuan angkanya mendekati dengan batas uji reliabilitas yaitu 0,70 persen. Angka tersebut adalah 0,73 dan 0,81 persen yang didapati pada indikator 2 dan 5. Temuan angka 0,73 persen pertama ada pada indikator penulisan caption tidak terjadi kesalahan seperti *typo* antara koder 1 dan koder 3. Temuan angka 0,73 sendiri dikarenakan ada perbedaan dalam menganalisis nama suatu lokasi. dalam hal ini koder 1 menyebutkan terdapat *typo* sedangkan koder 3 tidak mengatakan *typo* dalam penulisan. Selanjutnya, temuan angka 0,81 persen yang kedua ada pada indikator tidak terdapat opini pribadi antara koder 1 dan koder 2. Temuan angka 0,81 dikarenakan perbedaan antar koder dalam menterjemahkan isi konten berita yang di unggah. Pada koder 1 menganalisis tidak ada opini yang dimasukan dalam *caption* yang dituliskan sedangkan koder 2 menganggap itu terdapat opini pribadi dalam *caption* yang tertulis.

#### **4.2 Hasil dan Pembahasan**

Dalam penelitian ini unit analisis yang digunakan adalah konten berita yang ada di akun Instagram di @kejadiansmg periode 1 Maret 2022 - 31 Maret 2022. Total terdapat 107 konten berita yang dijadikan sampel penelitian selama periode yang sudah ditentukan peneliti.

Tabel 4.3 Presentase konten berita yang ada di instagram @kejadiansmg

No.	Kategori	Frekuansei	Presentase
1.	Kecelakaan	49	46%
2.	Pencurian	26	24%
3.	Himbauan	11	10%
4.	Penemuan	6	6%
5.	Pohon Tumbang	4	4%
6.	Penipuan	3	3%
7.	Kebakaran	2	2%
8.	Bencana Alam	2	2%
9.	Orang hilang	1	1%
10.	Dll (barang tertukar, ziarah)	2	2%
Total		107	100%

Berdasarkan temuan yang didapat peneliti dalam periode 1 Maret 2022 sampai 31 Maret 2022, hasil yang didapat konten berita yang ada di Instagram @kejadiansmg kebanyakan berisikan memuat informasi kecelakaan dengan total 49 , pencurian 26 dan himbauan 11.

#### 4.2.1 Terdapat Unsur 5W+1H

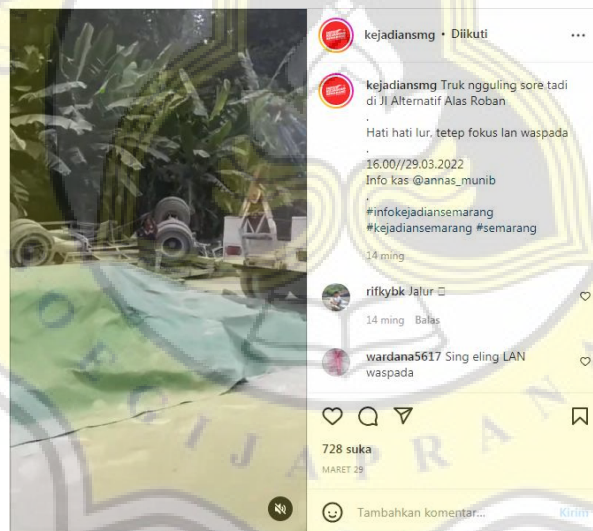
Peneliti melakukan analisis dengan indikator terdapat unsur 5W+1H pada kategori pertama yang sudah ditulis peneliti dengan mengambil pasal 1 Kode Etik Jurnalistik milik Dewan Pers. Untuk kategori menghasilkan berita akurat dengan penafsiran akurat berarti benar sesuai keadaan objektif. Maka diturunkan indikator terdapat unsur 5W+1H.

Tabel 4.4 Hasil Analisis Indikator Terdapat Unsur 5W+1H

Item	Frekuensi	Presentase (%)
Ada	66	61,7
Tidak	41	38,3
<b>Jumlah</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil analisis pada tabel yang sudah tersusun diatas didapatkan hasil 66 atau 61,7% konten berita yang diunggah pada akun Instagram @kejadiansmg sudah terdapat unsur 5W+1H dan terdapat 41 atau 38,3% konten berita yang diunggah akun @kejadiansmg belum memenuhi unsur 5W+1H. Total dari 107 unggahan konten berita yang ada di akun tersebut didapatkan hasil sebesar 38,3 % atau 41 konten berita yang dihasilkan belum memenuhi unsur 5W+1H dengan hasil tersebut bisa dikatakan besar karena dalam kurun waktu satu bulan didapatkan angka 41 dari total 107. Berikut salah satu contoh konten berita yang belum memenuhi unsur 5W+1H



**Gambar 4.1 Contoh Konten Berita yang Belum Memenuhi Unsur 5W+1H**

Gambar diatas merupakan salah satu contoh konten berita yang belum memenuhi unsur 5W+1H, pada bagian *caption* memang tertulis informasi terjadi kecelakaan namun pada *caption* tersebut terlalu ringkas dan tidak menjelaskan banyak tentang peristiwa yang terjadi. Rumusan tersebut merupakan dasar yang seharusnya dipenuhi dalam pembuatan

karya jurnalistik. Sekaligus sebagai cara untuk menguji kelayakan berita itu sendiri. Hal itu juga disebutkan dalam buku Romli (2018: 73) dalam praktik jurnalistik, para pakar memberikan pedoman dalam menulis berita dengan menggunakan rumusan 5W+1H. Ketika sebuah berita dituliskan dengan lengkap maka khalayak yang menerima informasi tersebut juga mendapatkan informasi yang tepat.

#### 4.2.2 Analisis Indikator Foto atau Video Mendukung Isi Berita

Peneliti melakukan analisis dengan indikator foto/video mendukung isi berita pada kategori yang sudah ditulis peneliti dengan mengambil pasal 1 Kode Etik Jurnalistik (Dewan Pers). Pada pasal tersebut peneliti memfokuskan pada akurat berarti benar sesuai keadaan objektif. Sehingga diturunkanlah indikator foto/video mendukung isi berita sebagai batasan peneliti.

Tabel 4.5 Hasil Analisis Indikator Foto/Video Mendukung Isi Berita

Item	Frekuensi	Presentase (%)
Ada	98	91,6
Tidak	9	8,4
<b>Jumlah</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

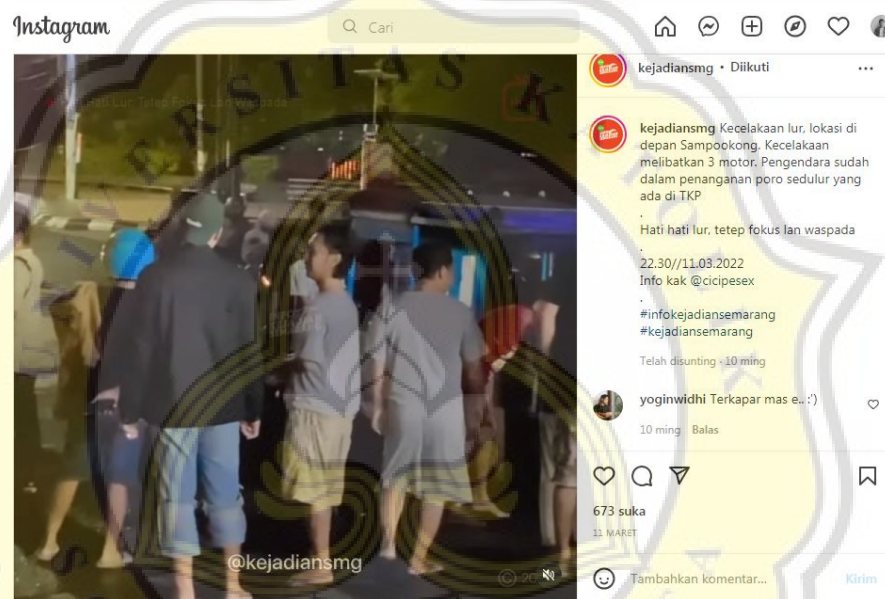
Sumber: Olahan Peneliti

Hasil analisis seperti tabel diatas yang sudah dibuat peneliti. Indikator foto/video mendukung isi berita dari total 107 konten berita yang sudah di analisis di akun Instagram @kejadiansmg didapatkan hasil 98 atau 91,6% yang sudah memenuhi indikator foto/video mendukung isi berita. Meski hasil yang didapatkan 91,6% namun masih ada konten berita yang



dihasilkan @kejadiansmg yang belum mendukung isi berita foto/videonya. Sebesar 9 atau 8,4% belum mendukung isi berita foto/video yang artinya akun Instagram @kejadiansmg belum sepenuhnya menerapkan dengan tepat.

Berikut salah satu contoh konten berita yang tidak sesuai:



**Gambar 4.2 Contoh Konten Berita Yang Foto/Video Tidak Sesuai Dengan Isi**

Gambar di atas merupakan salah satu contoh konten berita yang tidak sesuai, dimana foto/video yang dihasilkan tidak mendukung isi berita. Peneliti menganalisis dengan melihat pada bagian *caption* dan foto/video yang telah diunggah. Pada *caption* dituliskan “Kecelakaan lur, lokasi di depan Sampookong. Kecelakaan melibatkan 3 motor. Pengendara sudah dalam penanganan poro sedulur yang ada di TKP”. Setelah melihat *caption* yang tertulis pada bagian video yang diunggah tidak ditemui gambaran kondisi kendaraan yang mengalami kecelakaan namun

memperlihatkan kumpulan orang yang sedang bergerombol. Tidak adanya gambaran yang jelas membuat apa yang dituliskan akan membuat orang mempertanyakan dengan isi *caption* tersebut. Sebab, era teknologi digital ini seringkali dijadikan salah satu tempat untuk menyebarkan berita *hoax*. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Mastel (2017) yang menyebutkan situs web banyak digunakan untuk menyebarkan berita *hoax* dan media sosial merupakan media yang banyak digunakan untuk menyebarkan hoaks, bahkan mencapai 92,40% (dalam Juditha, 2018: 32). Maka dengan melihat foto/video yang mendukung isi berita bisa menjadi salah satu cara untukantisipasi tidak mudah terkena berita *hoax* yang tersebar. Seperti yang tertulis di Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers pasal 1 yang berfokus pada “berita akurat berarti benar sesuai keadaan objektif”. Jika dari yang ditampilkan dengan isi yang tertulis tidak sesuai akan memicu timbul pertanyaan dari pembaca yang mana tidak berada lokasi yang

#### 4.2.3 Analisis Indikator Penulisan Caption Tidak Terjadi Kesalahan Penulisan Seperti *Typo*

Peneliti melakukan analisis dengan indikator penulisan *caption* tidak terjadi kesalahan penulisan seperti *typo*. Masih dengan menggunakan pasal yang sama pada Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers Pasal 1. Untuk kategori menghasilkan berita akurat dengan penafsiran akurat berarti benar sesuai keadaan objektif. Maka diturunkanlah penafsiran itu dengan melihat indikator penulisan *caption* tidak terjadi kesalahan penulisan seperti *typo*.

Tabel 4.6 Hasil Analisis Penulisan Caption Tidak Terjadi Kesalahan Penulisan Seperti *Typo*

Item	Frekuensi	Presentase (%)
Ya	28	26,1
Tidak	79	73,8
<b>Jumlah</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil analisis pada tabel yang sudah tersusun diatas didapatkan hasil 79 atau 73,8% konten berita yang diunggah akun Instagram @kejadiansmg tidak terjadi kesalahan dalam penulisan yang sesuai seperti *typo* dan 28 atau 26,1% konten berita yang diunggah akun Instagram @kejadiansmg masih terdapat kesalahan penulisan seperti *typo*. Dari hasil total 107 konten berita unggahan akun Instagram @kejadiansmg 28 diantaranya dengan presentase 26,1% merupakan angka yang besar untuk kesalahan penulisan *typo*. Artinya pada akun @kejadiansmg perlu lebih teliti dalam penulisan *caption* sehingga tidak terjadi kesalahan penulisan yang bisa menimbulkan kesalahpahaman pembaca. Berikut contoh konten berita yang tidak sesuai:



Gambar 4.3 Contoh Konten Berita Terjadi Kesalahan Penulisan Typo

Hasil yang ditemukan pada konten berita ini ditemukan *typo* di *caption* yang dituliskan. Pada kalimat “Pohon tumbang lur, lokasi Tanjakan Gombel”. Pada kata “Tanjkan” tidak ditemukan arti dari kata tersebut dan mungkin kata yang dimaksudkan adalah “Tanjakan”. Kesalahan *typo* apapun dalam menyampaikan informasi yang ditujukan khalayak ramai bisa berujung menjadi salah mengartikan pesan yang disampaikan. Meski sepele kesalahan penulisan bisa memberi kesan tidak profesional (Sulistya, 2017). Sehingga penting melakukan pengecekan ulang sebelum informasi yang dibuat akan disebar.

#### 4.2.4 Analisis Indikator Terdapat Sumber Pengirim

Peneliti melakukan analisis dengan indikator terdapat sumber pengirim. Pada indikator tersebut peneliti menggunakan Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers Pasal 2 untuk menganalisis konten berita yang dibuat. Pada pasal 2 ini peneliti memfokuskan pada pemuatan gambar, foto, suara dilengkapi dengan keterangan tentang sumber. Kemudian peneliti menurunkan pasal 2 menjadi terdapat sumber pengirim sebagai indikator.

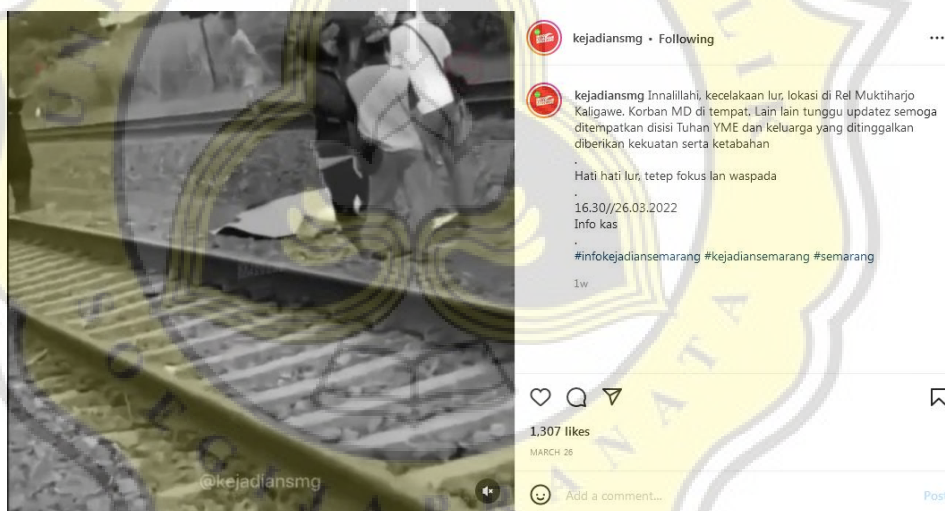
Tabel 4.7 Hasil Analisis Terdapat Sumber Pengirim

Item	Frekuensi	Presentase (%)
Ada	77	71,9
Tidak	30	28,1
<b>Jumlah</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil dari analisis konten berita yang terdapat sumber pengirim ditemukan banyak konten berita tanpa sumber pengirim. Total dari 107

konten berita yang diunggah akun Instagram @kejadiansmg sebanyak 77 atau 71,9% konten berita tidak terdapat sumber pengirim dan 30 atau 28,1% konten berita tidak terdapat sumber pengirim. Dari hasil analisis yang sudah dilakukan 28,1% tidak terdapat sumber pengirim, artinya konten berita yang dihasilkan akun Instagram @kejadiansmg masih ada yang tidak diketahui asalnya dari mana foto/video itu didapatkan. Dalam sebuah berita yang dimuat, pencatuman sumber sangatlah penting untuk melihat berita yang muat tersebut memang ada atau memang telah terjadi. Berikut contoh konten berita yang tidak mencatumkan sumber:



**Gambar 4.4 Contoh Konten Berita Tanpa Menyantumkan Sumber Pengirim**

Pada konten berita di atas bisa dilihat pada bagian *caption* berisikan informasi kejadian lalu ada tanggal dan waktu. Setelah tanggal dan waktu biasanya tertulis sumber dari pengirim video atau foto. Namun, pada unggahan konten berita tersebut tidak terdapat sumber pengirimnya. Penting dalam mencantumkan sumber informasi yang didapat karena untuk mengetahui berasal dari mana itu diperoleh. Selain itu, adanya

sumber bisa jadi salah satu penilaian bahwa berita yang dihasilkan tidak palsu. Seperti contoh konten berita yang diunggah diatas yang berisikan informasi orang meninggal dunia namun tidak terdapat sumber pengirim. Melihat kejadian yang telah dibagikan dan tidak ada sumber pengirimnya dapat menimbulkan keresahan masyarakat hingga menurunkan rasa kepercayaan masyarakat akan informasi yang dibagikan. Sehingga penting adanya sumber dalam sebuah berita sebagai salah satu landasan bahwa berita tersebut dapat terpercaya dan akurat sehingga masyarakat merasa dapat mendapat berita yang terpercaya. Sumber berita memang penting untuk digunakan sebagai pengembangan suatu cerita dalam memberikan makna dan kedalaman suatu peristiwa (Judhita, 2013:151).

#### 4.2.5 Analisis Indikator Terdapat Foto/Video Pendukung

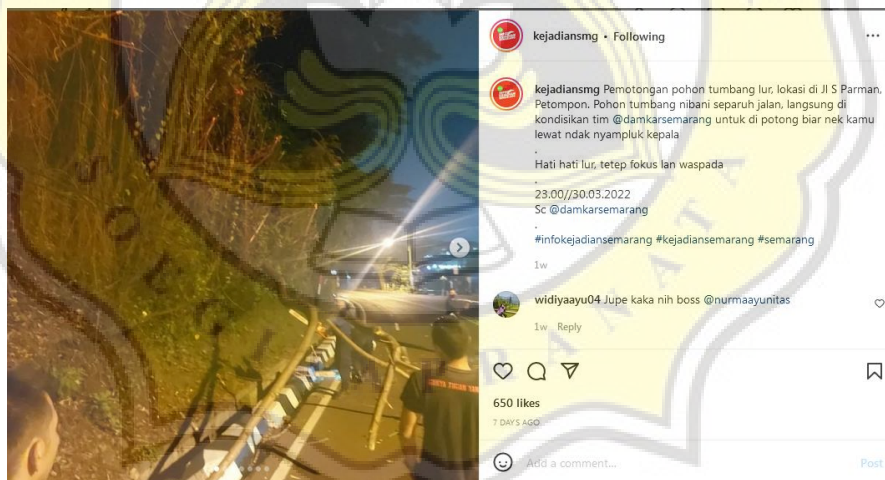
Peneliti melakukan analisis dengan indikator terdapat foto/video pendukung. Pada indikator tersebut yang telah dibuat peneliti masih menggunakan pasal 2 Kode Etik Jurnalistik milik Dewan Pers sebagai pertimbangan untuk alat analisis. Selain berita harus objektif dan faktual, berita perlu diberi kelengkapan foto untuk melengkapi laporan dari peristiwa yang sudah dihasilkan. Kemudian, peneliti menurunkan menjadi indikator terdapat foto/video pendukung.

Tabel 4.8 Terdapat Foto/Video Pendukung

Item	Frekuensi	Presentase (%)
Ada	107	100
Tidak	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil analisis konten berita yang diteliti oleh peneliti, semuanya terdapat foto/video pendukung. Dalam indikator tersebut semua konten berita yang diteliti sudah memuat foto/video. Artinya, dalam membagikan konten berita akun Instagram @kejadiansmg sudah sesuai. Dengan memberi kelengkapan berupa foto/video yang bisa menjadi daya tarik untuk membaca berita yang dihasilkan. Berikut contoh konten berita yang terdapat foto/video pendukung:



Gambar 4.5 Contoh Konten Berita Yang Terdapat Foto/Video Pendukung

Dapat dilihat diatas pada penerapan konten berita yang terdapat foto/video pendukung merupakan salah satu contoh konten berita yang sudah sesuai dengan memberi gambar pendukung untuk melengkapi hasil dari sebuah berita yang di unggah. Bahwa gambar adalah hal yang penting dalam mempersuasi orang untuk membaca sebuah artikel sama sekali

tidak bisa terelakan. Sering kali seseorang membaca artikel karena tampilan gambar yang menarik (Djogo, 2018).

Penambahan gambar pendukung ini sebagai melengkapi isi *caption* yang dituliskan selain itu bisa menarik perhatian khalayak yang menerima informasi untuk melihat. Dengan memberi gambar pendukung seperti memvisualkan isi dari konten yang sudah diunggah.

#### 4.2.6 Analisis Indikator Tidak Terdapat Opini Pribadi

Peneliti melakukan analisis dengan indikator tidak terdapat Opini Pribadi. Pada indikator tersebut peneliti dapatkan dengan melihat Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers pada pasal 3. Kemudian di pasal 3 ditafsirkan mengenai opini pribadi yang mana tidak seharusnya wartawan tidak boleh memasukan opini pribadi dalam penulisan berita. Sehingga dari pasal 3 tersebut diturunkan menjadi indikator tidak terdapat opini pribadi.

Tabel 4.9 Tidak Terdapat Opini Pribadi

Item	Frekuensi	Presentase (%)
Ada	23	21,5
Tidak	84	78,5
<b>Jumlah</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan Peneliti

Dalam hasil analisis penelitian terakhir ini peneliti masih menemui kesalahan dalam indikator yang sudah ditentukan peneliti yaitu tidak terdapat opini pribadi. Hasilnya dari total 107 konten berita yang diunggah, sebanyak 84 atau 78,5% konten berita unggahan akun Instagram @kejadiansmg tidak terdapat opini pribadi pada *caption* yang tertulis dan



sebanyak 23 atau 21,5% masih ditemui konten berita dengan *caption* yang memuat opini pribadi. Artinya, akun Instagram @kejadiansmg dalam menyampaikan informasi masih mencampurkan opini pribadi dalam unggahan konten berita yang dibuat. Dengan masih banyaknya isi berita yang disampaikan dengan menambahkan opini pribadi membuat isi berita yang dihasilkan tidak terfokus pada apa yang seharusnya disampaikan.

Dalam indikator ini dituntut dalam memproduksi sebuah berita penyampaian informasi apa adanya karena dalam menyampaikan berita harus sesuai dengan fakta. Bukan dari hasil pemikiran sendiri yang belum tentu kebenarannya. Ketika informasi yang seharusnya disampaikan untuk memberitahu khalayak ini bercampur dengan opini pribadi memungkinkan membuat pembacanya mempertanyakan informasi yang diberikan. Contoh konten berita yang bercampur dengan opini pribadi sebagai berikut:



**Gambar 4.6 Contoh Konten Berita Yang Menambah Opini Pribadi**

Gambar diatas salah satu contoh konten berita yang mana terdapat opini pribadi. Pada bagian *caption* berisikan himbauan agar untuk menghindari area

lokasi tersebut untuk dilewati pengendara motor. Namun, didalam *caption* tersebut ditambahkan opini pribadi penulis “nanti sikilmu nyemplung mambu lucu lucu nanti” yang mana tidak ada kaitannya dengan informasi yang disampaikan.

Berita merupakan laporan tentang fakta yang apa adanya. Dalam menghasilkan berita harus objektif. Berita yang objektif yang dilaporkan tanpa menimbulkan makna yang bias dan laporan harus jujur (Syamaun, 2021:19-20). Agar berita yang disampaikan tetap objektif, untuk tidak seharusnya mencampurkan opini pribadi dalam menyampaikan sebuah informasi.

Setelah melakukan penelitian dengan unit analisis yang sudah ditentukan peneliti, peneliti menemukan masih banyak menemukan hal-hal yang dapat mempengaruhi penilaian dalam menilai keakuratan berita. Model jurnalistik baru seperti jurnalisme online yang memiliki keunggulan dalam hal penyebaran informasi dengan cepat dan kemudahannya di akses, dimana pun dan kapan pun menjadi keunggulan dibanding media konvensional.

Penyebaran informasi yang cepat dengan adanya internet membuat kini siapa saja bisa berperan sebagai penyedia atau penerima informasi. Perkembangan tersebut memunculkan istilah *citizen journalism* yang mana berita dihasilkan oleh warga biasa tanpa melihat profesinya apa, berperan seolah menjadi wartawan. Dukungan banyak wadah untuk menyebarkan informasi dengan cepat membuat

informasi dengan cepat di terima khalayak. Salah satu wadah yang sering digunakan yaitu media sosial khususnya Instagram.

Instagram sebagai media sosial banyak digunakan untuk menyebarkan informasi dengan cepat. Secara umum penggunaan Instagram untuk membagikan foto atau video yang nantinya dapat dilihat oleh pengguna Instagram lainnya. Selain itu, sesama pengguna Instagram bisa saling berinteraksi melalui fitur komentar atau memberi respon dengan fitur *like* pada unggahan yang sudah dibagikan.

Pada penelitian ini juga mengangkat konten berita *citizen journalism* yang didapat dari unggahan media sosial Instagram. Akun tersebut bernama @kejadiansmg, konten akun tersebut menyajikan informasi tentang kejadian-kejadian yang ada di Kota Semarang. Peneliti memilih periode bulan Maret sebagai subjek penelitian. Terhitung dari 1 Maret – 31 Maret 2022 dengan total 107 konten berita dihasilkan @kejadiansmg. Dengan menggunakan Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers pasal 1, 2 dan 3 sebagai alat untuk menilai keakuratan sebuah konten berita. Dipilihnya Kode Etik Jurnalistik sebagai alat penilaian karena Kode Etik Jurnalistik dibuat untuk memenuhi kebutuhan informasi publik untuk memperoleh informasi yang benar. Hasilnya, akun @kejadiansmg dalam unggahan konten beritanya dalam penerapannya berdasarkan enam indikator yang sudah dibuat oleh peneliti dari total 107 konten berita yang ada pada bulan Maret 2022, terdapat 32 atau 30% konten berita yang sudah sesuai dengan enam indikator yang sudah dibuat peneliti.

Temuan dari peneliti akan sebuah unggahan yang ada di Instagram @kejadiansmg yang diketahui tidak sesuai informasi dengan yang dibagikan dan menimbulkan kesalahpahaman menjadi salah satu faktor peneliti melakukan penelitian, khususnya untuk mengetahui keakuratan konten berita yang dihasilkan oleh @kejadiansmg yang sudah kini sudah memiliki lebih dari delapan puluh ribu pengikut di media sosial Instagram. Dengan banyaknya pengikut di media sosial tersebut, merupakan salah satu bentuk kepercayaan masyarakat khususnya Kota Semarang dalam menerima konten-konten berita yang dihasilkan oleh @kejadiansmg.

