

ABSTRAK
OPINI USER DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SUMBER ARTIKEL PADA
PORTAL MEDIA ONLINE

(Studi Kasus pada Rubrik Artis di Portal Media Online AyoBandung.com)

Oleh

Arif Nurrohman

3112191203

Penelitian ini dilakukan untuk mendalami fenomena penggunaan opini user sebagai sumber artikel pada produksi artikel di media *online*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan opini user sebagai sumber artikel pada rubrik artis di media *online* dengan studi kasus AyoBandung.com.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data yang diperoleh dalam hasil penelitian diambil berdasarkan temuan-temuan yang didapat selama melakukan penelitian, serta penggalian informasi melalui teknik wawancara terhadap 2 (dua) orang informan media dan 1 (satu) orang informan ahli.

Berdasarkan hasil penelitian konten artikel yang menggunakan opini user sebagai sumber artikel pada portal AyoBandung.com tidak melanggar Kode Etik Jurnalistik karena dalam produksi konten artikel tersebut, jurnalis/editor melakukan proses verifikasi serta konfirmasi guna menjaga akurasi dalam etika jurnalistik. Serta konten artikel pada penggunaan opini user sebagai sumber artikel hanya memenuhi dua konsep kredibilitas yaitu akurasi dan dapat dipecah, namun tidak dengan konsep bias dan kelengkapan artikel, oleh karena itu penerapannya tidak diimplementasikan di seluruh kategori rubrik, namun hanya di rubrik tertentu yang bertema hiburan (rubrik artis, rubrik user, dsb).

Kesimpulan penelitian ini adalah dalam penggunaan opini user sebagai sumber artikel, proses verifikasi serta keberimbangan menjadi salah satu faktor utama yang harus dipegang untuk menjaga Kode Etik Jurnalistik. Portal media AyoBandung.com bisa dijadikan contoh bagi media *online* di Bandung dalam mengedepankan kredibilitas artikel dan Kode Etik Jurnalistik meskipun pada jurnalis *online* dituntut untuk menyajikan artikel yang cepat, tetapi juga harus memperhatikan akurasi artikel.

Kata Kunci: New Media, Media *Online*, Opini user, Kredibilitas, Etika Jurnalistik

ABSTRACT

User's Opinion in Media Social as a Source of Article at Online Media

**(A case study on the Artist Rubric in the Online Media Portal
AyoBandung.com)**

By

Arif Nurrohman

3112191203

This research was conducted to explore the phenomenon of using User Opinion as a news source in the production of articles in online media. The aim of this research is to find out how user opinis are used as news sources in artist columns in online media with the case study of AyoBandung.com.

This research uses a qualitative method with a case study type of research. The data obtained in the research results were taken based on the findings obtained during the research, as well as extracting information through interview techniques with 2 (two) media informants and 1 (one) expert informant.

Based on the results of news content research that uses user opinion as a news source on the AyoBandung.com portal, it does not violate the Journalistic Code of Ethics because in producing news content, journalists/editors carry out verification and confirmation processes to maintain accuracy in journalistic ethics. And news content in the use of user opinion as a news source only fulfills two concepts of credibility, namely accuracy and trustworthiness, but not the concepts of bias and completeness of news, therefore its application is not implemented in all rubric categories, but only in certain rubrics with entertainment themes (artist column, user column, etc.).

The conclusion of this research is that in using user opinion as news sources, the verification process and balance are one of the main factors that must be adhered to to maintain the Journalistic Code of Ethics. The AyoBandung.com media portal can be used as an example for online media in Bandung in prioritizing news credibility and the Journalistic Code of Ethics, although online journalism is required to present news quickly, but must also pay attention to news accuracy.

Keywords: New Media, Online Media, User's Opinion, Credibility, Journalistic Ethics Code.