

Implikasi Indikator *Trustworthy News* AMSI Tingkat Mikro Ditinjau dari Perspektif Teori Dependensi

Hasrullah¹, Noviyanti Putri Rahmadani²

Universitas Airlangga¹, Universitas Ciputra Surabaya²

hasrullah-2023@fisip.unair.ac.id¹, nrahmadani@student.ciputra.ac.id²

ABSTRAK: Penelitian ini membahas mengenai 11 indikator keterpercayaan media (*trustworthy news indicators*) yang digagas oleh Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) dan korelasinya dengan ketergantungan media tingkat mikro berdasarkan perspektif teori dependensi media yang dikenalkan Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur. Dinamika hubungan media dan publik masa kini telah menarik peneliti untuk melihat bagaimana wacana pada indikator tersebut berimplikasi terhadap pengaruh ketergantungan media di tengah banyaknya pilihan sumber dan ketidakpastian informasi. Namun dalam penelitian ini terbatas pada tingkat ketergantungan mikro atau individu. Penelitian terdahulu telah menyajikan gambaran dependensi media di masyarakat sesuai peruntukannya. Namun yang melihat indikator media terpercaya sebagai faktor penting dari dependensi media serta dampaknya masih terbatas, sehingga tujuan penelitian ini mengeksplorasi dan mendefinisikan secara teoritis implikasi *trustworthy news indicators* tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan desain penelitian studi kepustakaan (*library research*) dan analisis tekstual terhadap data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trustworthy news indicators* AMSI berpotensi untuk berperan signifikan dalam mempengaruhi ketergantungan media masa kini. Melihat faktor dependensi media pada hubungan media-individu, menunjukkan bahwa indikator kepercayaan berita meningkatkan kemampuan media untuk menjadi sumber informasi yang andal dan memenuhi kebutuhan audiens. Indikator ini berimplikasi terhadap efek dependensi media, seperti aspek kognitif untuk memperkuat kemampuan audiens dalam mengevaluasi informasi secara kritis. Aspek afektif untuk membangun emosi positif. Lalu aspek perilaku untuk memandu audiens dalam membentuk perilaku dari konsumsi berita. penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi media dalam membuat keputusan ke depannya. Menjadi gambaran bagi publik untuk menentukan ketergantungan media yang positif. Serta menjadi landasan teoritis dalam penelitian lanjutan terkait *trustworthy news indicators*.

Kata kunci: implikasi, *trustworthy news indicators*, mikro, dependensi media, audiens

ABSTRACT: This research discusses the 11 media trustworthiness indicators initiated by the Indonesian Cyber Media Association (AMSI), their correlation with micro-level media dependency based on the media dependency theory by Sandra Ball-Rokeach and Melvin DeFleur. The dynamics of the current media-audiens relationship have prompted researcher to examine how discourse on these indicators impacts media dependency amid a plethora of information sources and uncertainties. However, this research is limited to micro levels of dependency. Previous studies have depicted media dependency in society as per its applications. Yet, viewing trustworthy media indicators as a crucial factor in media dependency and its effects remains limited. Therefore, the aim of this study is to explore and theoretically define the implications of these trustworthy news indicators. This is a qualitative study using a library research design and textual analysis of secondary data. The results, trustworthy news indicators have the potential to significantly influence current

media dependency. The media dependency factors in the media-individual relationship shows that news trust indicators enhance the media's ability to be a reliable information source and meet audience needs. These indicators impact media dependency effects, such as the cognitive aspect to strengthen the audience's ability to critically evaluate information, the affective aspect to foster positive emotions, and the behavioral aspect to guide audience behavior in news consumption. This research can offer recommendations for media in future decision-making, provide a public framework for determining positive media dependency, and serve as a theoretical foundation for further research related to trustworthy news indicators.

Keywords: *implications, trustworthy news, micro, media dependencies, audience*

PENDAHULUAN

Era digital masa kini dengan konvergensi media yang telah terjadi serta kecepatan penyebaran dan keterbukaan informasi telah mengubah banyak hal pada bidang media dan pers. Termasuk dinamika interaksi antara media massa dengan publik. Laporan Edelman setiap tahunnya mencatat bahwa perkembangan digital saat ini telah menggambarkan keterlibatan dan kepercayaan publik terhadap media massa. Seperti pada laporan tahun 2024 menunjukkan trust index secara general terhadap NGO, pemerintah, bisnis, dan media di Indonesia di tahun 2023 turun 2 poin dari peringkat 75 menjadi 73 di 2024. Meski pada dasarnya masih pada peringkat 10 besar dipercaya (Edelman, 2024).

Keterbukaan informasi pada lini komunikasi interpersonal dan massa di era digital dianggap telah memicu ketidakpastian dan penyimpangan informasi yang menghasilkan tumpulnya kepercayaan, khususnya pada basis media massa di internet. Reuters Digital News Report 2023 mengungkap terjadi fenomena publik menghindari berita (*news avoidance*) dan kelelahan dari pemberitaan (*news fatigue*). 36% publik global menghindari berita, baik keseluruhan maupun waktu dan topik tertentu (Newman, Fletcher, Eddy, Robinson, & Nielsen, 2023).

Laporan Reuters Institute juga menunjukkan bahwa penurunan kepercayaan publik terus terjadi secara global. Di mana kepercayaan terhadap berita hanya 40% dan terhadap sumber beritanya hanya 46% (Newman dkk., 2023). Namun di Indonesia, berdasarkan hasil survei Litbang Kompas di awal tahun 2023 (sebagaimana dikutip Hendarto, 2023) dilaporkan dari 1.202 responden yang tersebar di 38 provinsi di Indonesia, 70,2% menyatakan masih mempercayai informasi dari

media arus utama. Secara spesifik terdiri 53,2% percaya informasi dari televisi, lalu 20,9% media sosial, dan 13,1% media online (situs berita), media cetak 4,2%, dan radio 1,3%. Sebanyak 19,9% yang menyatakan tidak mempercayai media arus utama dan 9,9% menyatakan tidak tahu. Tidak jauh berbeda pada laporan Reuters Institute 2023, menyatakan kepercayaan terhadap berita di Indonesia secara keseluruhan tetap stabil di angka 39% selama tiga tahun berturut-turut. Sumber informasi populer masyarakat perkotaan ialah media *online* dan sosial, sedangkan TV dan radio juga penting bagi jutaan orang yang tidak *online* (Newman dkk., 2023).

Secara spesifik terhadap pemenuhan kebutuhan audiens, laporan Edelman 2024 menunjukkan para responden mereka mengaku menemukan informasi khusus mengenai teknologi dan inovasi yang dianggap terpercaya bagi mereka ialah melalui *search engine* dan media sosial. Sementara media massa baik nasional dan lokal berada pada pilihan ketiga dan kelima. Ini menandakan bahwa publik tidak serta merta mencari dan mempercayai informasi yang dibutuhkannya di media massa. Tantangan signifikan penurunan kepercayaan publik dan perubahan perilaku audiens dalam mencari maupun menerima informasi terhadap media massa yang disebabkan prevalensi berita palsu dan mis/disinformasi telah direspons Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) dengan menggagas trustworthy news indicators yang berisi 11 poin.

Secara garis besar, indikator tersebut memuat kredibilitas redaksi dan manajemen media, kualitas konten, dan kepatuhan terhadap regulasi dan etika jurnanisme (AMSI, 2023). Inovasi ini bertujuan untuk memverifikasi dan meningkatkan kredibilitas berita yang disajikan oleh media

berbasis daring (siber). Peneliti media dari UMN, Ignatius Haryanto, memandang indikator ini penting untuk memastikan bahwa media massa tetap sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan dan akurat bagi masyarakat. Media yang baik menurutnya tidak hanya menghibur melainkan juga harus mengedepankan tanggung jawab sosial dan fungsi edukatif (Redaksi AMSI, 2023).

Trustworthy news indicators juga merupakan langkah klasifikasi media massa terpercaya di tengah pertumbuhan media siber di Indonesia saat ini yang tidak terkendali. Seperti dikemukakan Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Kominfo, Usman Kansong (sebagaimana dikutip Malinda & Aryono, 2023) ada sekitar 48.000 media yang terdata di Indonesia. Namun hanya 10% di antaranya yang telah terverifikasi Dewan Pers. Hal ini menunjukkan banyaknya sumber berita *online* yang menjadi pilihan publik dalam memperoleh informasi, namun hanya sedikit yang digolongkan layak secara regulasi.

Teori dependensi atau ketergantungan media yang dikembangkan oleh Melvin L. DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach di tahun 1976 menyediakan kerangka teoritis yang membantu dalam memahami bagaimana media mempengaruhi atau dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya (Littlejohn & Foss, 2009). Menurut teori ini, tingkat dependensi audiens dilihat dari aspek fungsionalnya yakni pemahaman, orientasi, dan hiburan. Dependensi media akan mempengaruhi kognitif, afektif, dan perilaku. Teori ini lalu melihat ketergantungan dalam tingkat mikro (individu) dan makro (sistem sosial). Hal ini yang mendorong peneliti untuk melihat bagaimana wacana pada indikator *trusted* yang digagas oleh AMSI berdampak terhadap efek ketergantungan media di tengah banyaknya pilihan sumber dan ketidakpastian informasi berdasarkan teori dependensi tersebut. Namun dalam penelitian ini terbatas pada tingkat ketergantungan mikro atau individu.

Sejauh ini, penelitian-penelitian terdahulu telah menghadirkan gambaran dependensi media khususnya media massa di masyarakat. Namun yang melihat indikator media terpercaya sebagai faktor penting dari dependensi media serta dampaknya masih terbatas. Dari hal tersebut, penelitian ini mengurai rumusan masalah bagaimana implikasi dari *trustworthy news indicator* AMSI di tingkat

mikro dari perspektif teori dependensi media. Serta bagaimana desiminasi indikator kepercayaan media tersebut terhadap media dan publik sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan mendefinisikan secara teoritis implikasi *trustworthy news indicators* AMSI terhadap konsumsi berita tingkat mikro dalam konteks ketergantungan mereka pada media massa melalui pendekatan teori dependensi.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Dependensi Media

Fenomena hubungan antara media, audiens, dan sistem sosial telah menjadi perhatian oleh para pakar sejak beberapa dekade terakhir. Menghasilkan sejumlah karya dan pandangan teoritis terkait efek media, seperti teori kegunaan dan kepuasan (*Uses and Gratifications Theory*) dan teori ketergantungan (*Dependency Theory*). Pada dasarnya teori-teori tersebut memperkirakan bahwa publik memiliki ketergantungan pada media untuk memenuhi kebutuhan tertentu.

Hal tersebutlah yang menjadi fokus bahasan pada teori dependensi media yang dikenalkan Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur di sekitar tahun 1976 (beberapa menyebut sudah sejak 1975). Teori dependensi menyajikan kerangka teori yang mengeksplorasi hubungan dinamis antara media dan audiensnya (Lin, 2015). Ball-Rokeach dan DeFleur dalam pengembangan penelitian teori dependensi *A Dependency Model or Mass-Media Effects* berpandangan ketergantungan media merupakan hubungan saling berdampak dari sistem sosial, media, dan individunya (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Konklusi dasar pada teori ini ialah ketika individu memiliki ketergantungan media untuk pemenuhan kebutuhan, maka media tersebut menjadi semakin penting dalam kehidupannya. Dampak pesan media juga akan terlihat pada hidup individu tersebut.

Teori ini membedakan efek media terhadap individu dan pengaruh terhadap masyarakat atau sistem sosialnya (Musfialdy & Anggraini, 2020) karena teori ini menganggap publik sebagai bagian aktif dalam proses komunikasi. Inilah yang membuat teori ketergantungan Ball-

Rokeach dan DeFleur dianggap memperluas teori kegunaan dan kepuasan (*Uses and gratifications theory*) (Cantre, 2020).

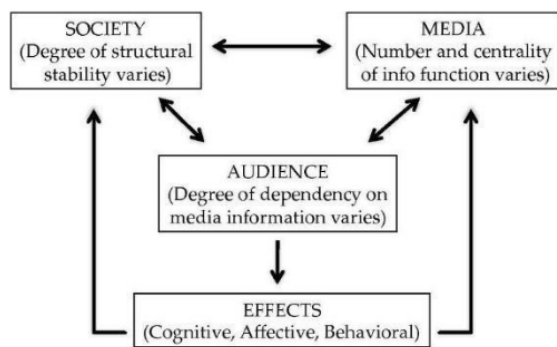
Teori dependensi yang juga dikenal dengan sebutan ketergantungan sistem media (*Media System Dependency*) mengkonseptualisasikan sistem media massa sebagai sistem informasi yang memiliki kendali atas sumber daya informasi yang langka dan penting (Kim, 2020). Dengan itu, dalam teori ini digambarkan bahwa media menyadari kemampuannya dalam menciptakan hubungan ketergantungan dengan publik. Media menggunakan kemampuan tersebut untuk mencapai tujuannya (Musfialdy & Anggraini, 2020).

Terdapat komponen ketergantungan media, yang diklasifikasikan Ball-Rokeach dan DeFleur (sebagaimana dikutip Rubin & Windahl, 1986) dalam tiga hubungan. (1) Hubungan antara sistem sosial dan media yang bersifat ketergantungan media dalam sistem sosial, baik di bidang politik, ekonomi, dan sistem budaya; (2) Hubungan antara media dan audiens (individu) yang melihat bagaimana orang bisa menggunakan media massa. Semakin kebutuhan informasi terlihat, maka motivasi untuk mencari mediasi informasi dan ketergantungan pada media akan semakin kuat, memungkinkan media dalam mempengaruhi audiens menjadi lebih besar. Ini merupakan faktor kunci dalam teori ini; dan (3) Hubungan antara sistem sosial dan audiens, memungkinkan sistem sosial mempengaruhi individu akan kebutuhan dan konsep penggunaan media, menyematkan nilai dan norma hingga hukum.

Hasil hubungan ini menunjukkan asumsi teori dependensi, adanya tingkatan ketergantungan pada media, baik tingkat makro atau hubungan media-sistem sosial dan mikro atau hubungan media-audiens atau individu (Kim, 2020). Pada tingkat mikro berfokus bagaimana media berperan terhadap kehidupan individu dan mengkaji bagaimana individu tersebut bergantung pada media untuk memenuhi kebutuhannya. Sedangkan tingkat makro berada pada ranah yang lebih luas, yakni bagaimana sistem media mempengaruhi dan dipengaruhi sistem sosial dalam suatu wilayah dan negara (Littlejohn & Foss, 2009). Beberapa sumber literatur, peneliti menambahkan adanya tingkat menengah yang terbatas pada lingkup kelompok atau organisasi tertentu (Reese & Shoemaker, 2016).

Terdapat dua faktor dasar yang mempengaruhi ketergantungan media menurut teori ini. Pertama, kontrol atas sumber dan saluran informasi, yakni media memiliki kekuatan yang lebih besar bila mereka mengontrol sumber dan saluran informasi yang penting bagi kehidupan publik. Kedua, stabilitas sosial, yakni dalam kondisi sosial yang tidak stabil atau saat terjadi krisis, individu lebih cenderung bergantung pada media untuk mendapatkan panduan dan informasi yang meningkatkan potensi pengaruh media (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Pada tingkat mikro, terdapat tiga bentuk kebutuhan media, yaitu: (1) pemahaman sebagai kebutuhan untuk memahami diri sendiri dan dunia sekitarnya; (2) orientasi bermakna kebutuhan akan media dalam membuat keputusan dan bertindak; dan (3) rekreasi sebagai bentuk kebutuhan individu terhadap hiburan dan lainnya (Ball-Rokeach, 1985).

Dalam kehidupan sehari-hari, individu cenderung menampilkan ketergantungan terhadap media massa. Kondisi ini akan memberikan efek media terhadap audiens secara personal pada aspek kognitif, afektif, dan perilaku (DeFleur & Ball-Rokeach, 1977). Aspek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri penerima informasi yang sifatnya informatif. Aspek kognitif yang diberikan media kepada individu dibagi ke dalam 5 jenis yakni penciptaan dan menghilangkan ambiguitas, agenda setting, pembentukan sikap, perluasan sistem kepercayaan dan klarifikasi. Aspek afektif merupakan dampak media dengan ketergantungan tinggi yang tidak sekedar memberi informasi, melainkan juga nilai positif negatif pada rasa. Seperti desensitisasi atau mati rasa, paparan pesan yang menimbulkan kecemasan atau ketakutan, dan juga perasaan lainnya. Terakhir aspek perilaku (behavioral) yang merupakan efek yang timbul pada audiens dalam bentuk tindakan. Ball-Rokeach dan DeFleur membagi ini dalam bentuk aktivasi dan penonaktifan.



Gambar 1. Hubungan Sistem Sosial, Audiens, dan Media serta Efeknya
Sumber: DeFleur & Ball-Rokeach, 1977

Teori dependensi media ini telah banyak diteliti dengan beragam peruntukannya. Seperti penelitian Alyt Damstra dan Tandai Boukes (2021) yang mengkaji hubungan tripartit antara perekonomian, berita ekonomi, dan persepsi perekonomian masyarakat. Mereka menyelidiki dampak ekonomi riil terhadap berita ekonomi di surat kabar Belanda dalam periode 2002-2025 dan dampak berita ekonomi terhadap persepsi perekonomian masyarakat dengan pendekatan empiris. Hasilnya menunjukkan bahwa masyarakat dihadapkan pada realitas ekonomi yang cenderung negatif, yang sangat mempengaruhi ekspektasi ekonomi masyarakat, namun tidak mempengaruhi evaluasinya. Dengan memperluas teori ketergantungan media, hasil ini menunjukkan perlunya membedakan secara konseptual dan empiris antara penilaian retrospektif dan prospektif masyarakat.

Begitu pun penelitian yang dilakukan Ghozali Moenawar, Alma Mandjusri, dan Tata Septayuda (2019), melihat indikasi terjadinya konflik horizontal yang cukup tinggi pada Pemilu 2019 di Indonesia yang disebabkan penyebaran informasi hoaks (berita palsu) berbasis pada dependensi efek media digital. Mereka mencari tahu opini publik pengguna media digital dengan melakukan analisis kualitatif pada konten pemberitaan seputar Pemilu 2019 dengan pendekatan induktif melalui kategori *cybersecurity* dan *sustainability*. Hasilnya didapati tiga kategori besar yaitu dukungan terhadap *cybersecurity* dan *sustainability*, wacana kritis antisipasi konflik yang mengarah pada perpecahan yang disebabkan oleh pemberitaan media digital pada situasi politik nasional, dan pentingnya melihat kembali nilai-nilai universalitas kebersamaan.

Trustworthy News Indicators

Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) didukung oleh Internews dan Ad For News telah merancang dan menetapkan 11 indikator keterpercayaan media (*Trustworthy news indicators*). Indikator keterpercayaan berita ini telah disusun sejak tahun 2021, berangkat dari kekhawatiran meredupnya media massa yang kredibel sejak terjadinya disrupsi teknologi digital dan popularitas media sosial (AMSI, 2022).

AMSI meyakini membangun keterpercayaan harus dimulai dari internal industri media itu sendiri. Seperti praktik dan manajemen keredaksian hingga pada pengelolaan bisnis yang profesional, transparan, akuntabel, dan kepatuhan pada aturan main sesuai regulasi yang ada. Bagi AMSI, ekosistem bisnis media yang berkualitas, sehat, dan berkelanjutan perlu dimulai dari praktik good governance redaksi dan pengusaha media lebih dulu. Nantinya akan melahirkan tingkat keterpercayaan publik yang baik dan tinggi. Akhirnya juga akan bermuara pada keterpercayaan periklanan dan memberikan efek profit pada industri media itu sendiri. Indikator ini disusun melalui fase yang cukup panjang. Mulai dari menyerap aspirasi dan pandangan publik tentang indikator media terpercaya melalui diskusi di Jakarta, Bali, dan Makassar pada 2021.

Dilanjutkan penelitian mendalam pada 2022 dengan *machine vetting* dan *human vetting* terhadap 1.262 media. Hasilnya 687 media memenuhi *brand safety* berdasar standar Global Alliance Responsible for Media, 367 di antaranya media anggota AMSI. Penelitian dilanjutkan lagi pada tahun 2023, melalui analisis konten terhadap 526 media baik secara mesin dan manual oleh periset yang ditunjuk AMSI. Di tahun yang sama juga digelar tiga kali workshop bersama pengusaha, ekonom, akademisi, penyelenggara negara, lembaga survei, dewan pers, tokoh perempuan, mahasiswa, jurnalis dan pemilik media. Hasilnya merumuskan 11 indikator keterpercayaan media (AMSI, 2023) yaitu:

1. Menjunjung tinggi dan patuh menjalankan kode etik jurnalistik dan pedoman pemberitaan media siber sebagai pedoman utama kerja keredaksian.
2. Melakukan kerja jurnalistik secara obyektif, jujur dan tidak mempraktikkan plagiarisme.

3. Mengutamakan kerja jurnalistik untuk kepentingan umum.
4. Memenuhi standar perusahaan pers serta memenuhi proses verifikasi perusahaan pers yang ditetapkan UU dan Peraturan Dewan Pers.
5. Mengumumkan secara terbuka kepada pembaca tentang penanggungjawab, alamat, susunan organisasi redaksi dan manajemen, serta mencantumkan kepemilikan (*ownership*) perusahaan.
6. Menghargai keberagaman, kelompok minoritas, dan menjunjung tinggi hak asasi manusia yang dijamin UUD 1945.
7. Tidak mempromosikan dan atau mengiklankan produk terlarang seperti narkoba, obat-obatan terlarang, senjata ilegal, atau barang selundupan.
8. Membuat editorial yang melindungi anak-anak dan perempuan yang menjadi korban kekerasan, perundungan, porno aksi, tindak pidana kekerasan seksual, serta tindakan diskriminasi gender.
9. Tidak memberitakan secara demonstratif dan/atau mendukung aksi terorisme dan rasisme.
10. Memberi label yang mudah diketahui pembaca yang membedakan secara jelas antara berita, opini, dan advertorial atau konten bersponsor/berbayar.
11. Menghargai dan melindungi data pribadi dan hak privasi pembaca atau pengunjung situs.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan desain penelitian studi kepustakaan (*library research*). Artinya peneliti memanfaatkan literatur atau kepustakaan dalam mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dan validasi hipotesis maupun asumsi pada penelitian. Penelitian kualitatif diambil sebagai metode guna mendapatkan pemahaman dan melalui proses berpikir induktif. Sehingga hasil penelitian kelak melahirkan suatu kesimpulan yang bersifat umum serta menjadi sebuah pengetahuan baru (Adlini, Dinda, Yulinda, Chotimah, & Merliyana, 2022). Penelitian kualitatif

merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk kata-kata dan tidak menggunakan angka-angka serta tidak menggunakan berbagai pengukuran (Hermawan & Amirullah, 2021).

Studi kepustakaan atau literatur yang menjadi desain penelitian ini dianggap cocok untuk membentuk kerangka teoretis dan konseptual. Melalui literatur peneliti dapat menggunakan teori dan model yang ada untuk mengarahkan analisis dan interpretasi data, serta untuk mendukung atau menantang teori yang ada yang dikuatkan literatur (Creswell & Creswell, 2018). Dalam konteks ini peneliti mengeksplorasi implikasi indikator *trustworthy news* yang digagas AMSI sebagai objek penelitian dengan teori yang telah ada yakni dependensi media yang dikemukakan Ball-Rokeach dan DeFleur.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari literatur yang ada baik buku, jurnal akademik, laporan hasil survei dan sebagainya. Selain itu peneliti juga menambahkan berita media massa terverifikasi sebagai sumber data pendukung. Pengumpulan data sekunder terdiri dua tahapan, yakni identifikasi literatur yang relevan, lalu triangulasi sumber guna keberagaman perspektif, keakuratan, dan objektif (Marshall & Rossman, 2016). Peneliti memilah data sekunder untuk digunakan pada penelitian ini berdasarkan: (1) waktu terbit dalam periode 10 tahun terakhir dengan prioritas data paling terbaru, kecuali referensi teori dasar; (2) relevansi yakni kesesuaian spesifikasi data dengan topik dan fokus penelitian ini, serta kegunaan data; dan (3) kualitas maupun kredibilitas sumber data, yakni mengutamakan data resmi terkait.

Terdapat 11 data sekunder utama yang peneliti gunakan pada penelitian ini, yang terdiri dari panduan penetapan *trustworthy news indicators* dan notulensi hasil FGD AMSI, 4 data buku maupun jurnal akademik dan riset terkait teori dependensi media Ball-Rokeach dan DeFleur, dan 3 laporan survei berkaitan media massa dari Litbang Kompas, Reuters Institute, dan Edelman, serta 2 penelitian terkait *label trusted*. Adapun analisis terhadap data sekunder menggunakan metode analisis tekstual dengan menyertakan refleksi kritis. Pada prosesnya peneliti melakukan identifikasi pola hubungan, pengkategorian, dan interpretasi dari pengintegrasian teori dan objek penelitian. Menurut

McKee (sebagaimana dikutip Ida, 2022) teknik ini memungkinkan penggalian pola dan hubungan yang relevan dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini, McKee menekankan bahwa tidak ada standar dan keharusan benar pada hasil interpretasi, namun harus meyakinkan (*convincing*) bagi argumen yang dibangun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implikasi *Trustworthy News Indicators* AMSI Tingkat Mikro dalam Dependensi Media

Trustworthy news indicators yang digagas oleh Asosiasi Media Siber Indonesia didukung Internews dan Ad for News dapat digolongkan sebagai inisiatif sekaligus inovasi dalam perkembangan media massa, terutama berbasis siber atau berita *online*. Indikator kepercayaan media tersebut masuk dalam lanskap media masa kini membentuk kerangka evaluasi yang penting, terutama bila dilihat melalui kacamata Teori Ketergantungan Media (Dependency theory). Ball-Rokeach dan DeFleur (1976) yang mengemukakan teori ini berpendapat bahwa ketergantungan individu pada media secara signifikan dipengaruhi oleh kemampuan sistem media untuk memenuhi kebutuhan dan timbal baliknya mempengaruhi audiens. Ini merupakan asumsi pertama yang menjadi landasan dalam melihat indikator ini berperan penting terhadap hasil dependensi media.

Ada beberapa hal yang dapat menambah atau mengurangi ketergantungan terhadap suatu media tertentu antara lain kebutuhan dan motif individu, kondisi sosial di luar kendali individu, dan atribut kehidupan (Littlejohn & Foss, 2009). Jika melihat pada proses menciptakan ketergantungannya, media menarik individu dengan menawarkan konten yang mampu memenuhi kebutuhan audiensnya akan pemahaman, hiburan dan informasi. Terdapat kekuatan dalam hubungan ketergantungan ini, yakni motivasi kognitif mendorong individu untuk mempertahankan tingkat perhatian dan afektif menjadi motivasi individu untuk meningkatkan tingkat kepuasan. Motivasi kognitif maupun afektif mengintensifkan audiens ke tingkat ketergantungan yang lebih tinggi, tingkat keterlibatan untuk mengaktifkan

proses informasi (Cantre, 2020).

Merujuk pada salah satu bentuk hubungan yang dijelaskan oleh Ball-Rokeach dan DeFleur (dalam Rubin & Windahl, 1986) yakni adanya hubungan antara media dan audiens individu sebagai faktor kunci dalam teori dependensi. Hubungan ini melihat bagaimana orang-orang menggunakan media massa. Semakin kebutuhan informasi terlihat, motivasi untuk mencari mediasi informasi dan ketergantungan pada media akan semakin kuat. Ini memungkinkan media dalam mempengaruhi audiens individu menjadi lebih besar.

Pada pernyataan mengenai proses hingga hubungan media-individu atau audiens di atas, menggambarkan bahwa adanya faktor kekuatan media melalui apa yang ditawarkannya atas kebutuhan audiens dalam menciptakan ketergantungan. Selanjutnya, secara spesifik teori dependensi melihat tingkatan ketergantungan media dipengaruhi oleh kapasitas media, stabilitas sosial, kebutuhan individu, dan sifat psikologis individu (Musfialdy & Anggraini, 2020). Keseluruhan yang mempengaruhi ini memberikan penegasan bahwa peran media, individu, dan sistem sosial saling terkait.

Kapasitas media menjadi tolak ukur yang paling menonjol jika dikaitkan dengan *trustworthy news indicator*. Menjawab bagaimana kehadiran media memenuhi kebutuhan audiens semaksimal mungkin. Publik akan sangat bergantung pada suatu media apabila memenuhi persentase yang lebih besar kebutuhannya dibandingkan jika hanya memenuhi persentase yang lebih kecil. Meningkatnya kebutuhan media terjadi beriringan dengan tingginya jumlah media yang ada dan pentingnya fungsi media di dalam sistem sosial itu (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Ini berdampingan dengan pernyataan lain pada pemahaman lebih lanjut teori dependensi, bahwa ketergantungan akan muncul ketika pemenuhan kebutuhan media dalam skenario di mana sumber informasi alternatif tidak tersedia atau kurang dapat diandalkan (Kim, 2020)

Menelaah pernyataan ini, dapat diinterpretasikan bahwa jumlah media, perannya dalam memenuhi kebutuhan audiens, dan sistem sosial akan mempengaruhi tingkat ketergantungan. *Trustworthy news indicators* memberikan wacana

kepada individu untuk memilih ketersediaan sumber informasi yang dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhan audiens tersebut.

Lebih jauh perlu menelaah jenis sumber informasi yang menimbulkan ketergantungan menurut teori dependensi ini. Menurut Ball-Rokeach dan DeFleur (1976) ini terlihat pada pengumpulan informasi atau pembuatan informasi, pemrosesan informasi, dan penyebaran informasi. Pernyataan ini bermakna hubungan media-individu berkaitan dengan sumber daya medianya dalam pembuatan informasi, penyebaran informasi, hingga pada akses pengguna individu terhadap sumber informasi. Sumber informasi yang telah menjadi tempat ketergantungan audiens ini selanjutnya menimbulkan konsekuensi hubungan dependensi media pada tingkat mikro, di mana ketergantungan yang lebih tinggi berpengaruh positif terhadap tingkat paparan media baik sebagai perangkat atau teks (Kim, 2020). Berkaca pada hal di atas, ke-11 *trustworthy news indicator* AMSI dipandang dapat menjadi barier atau pembatas bagi audiens dalam memenuhi kebutuhannya dari sumber informasi yang tidak tepat yang justru akan berdampak pada ketergantungan yang tidak baik akan informasi.

Ignatius Haryanto dalam FGD AMSI menyatakan bahwa ke-11 indikator dapat diadopsi lebih jauh. Ia melihat banyak media saat ini memproduksi konten instan atas dasar karena minat audiens. Jika berkaca pada fungsi, media tidak hanya menghibur melainkan juga aktif pada fungsi pendidikan dan tanggung jawab sosial (Redaksi AMSI, 2023). Ketua Umum AMSI 2019-2023, Wenseslaus Manggut, dalam forum yang sama berpendapat bahwa pertumbuhan media massa online yang tidak terkendali perlu disaring untuk menghadirkan media terpercaya. Termasuk pada produksi konten yang tidak hanya mengejar traffic atau kunjungan. Pandangannya bahwa selera memiliki perbedaan dengan kebutuhan publik.

Argumen itu bermakna bahwa produksi konten pada media massa perlu dikawal tanpa mengesampingkan kebebasan. Tujuannya ialah memperjelas keakuratan untuk pemenuhan kebutuhan audiens. Mengingat bahwa konten yang ditawarkan media menjadi faktor dan tahapan pada ketergantungan audiens di tingkat mikro akan media. Seperti disampaikan Kim (2020) bahwa tingkat ketergantungan media mempengaruhi

tingkat paparan media. Hal tersebut telah tergambar pada penelitian Alyt Damstra dan Tandai Boukes (2021) dengan menguji pada tingkat dan perubahan ekonomi positif/negatif, dan volume dan nada liputan positif/negatif pada surat kabar Belanda periode 2002-2015. Di mana hasilnya ketika masyarakat yang dihadapkan pada berita yang memuat realitas ekonomi cenderung negatif, sangat mempengaruhi ekspektasi ekonomi masyarakat.

Teori dependensi telah melihat terpaan media tersebut ke dalam efek pada aspek kognitif, afektif dan perilaku (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Menurut Kim (2020) ada lima kategori konsekuensi dependensi media yang tinggi pada tingkat individu, yakni: (1) berpengaruh positif terhadap tingkat paparan media; (2) meningkatkan keterlibatan dengan media baik sebagai perangkat maupun konten; (3) pengaruh kognitif pada individu; (4) menciptakan gairah afektif; dan (5) berpengaruh positif terhadap perilaku pasca terpaan media.

Jika melihat ke-11 indikator *trustworthy news* AMSI tersebut, seluruh indikator berimplikasi untuk mencegah efek ketergantungan media yang negatif. Pertama, implikasi terhadap efek kognitif berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman yang diperoleh audiens dari berita. Indikator seperti objektivitas, kejujuran, dan tidak mempraktikkan plagiarisme (Indikator #3), serta perbedaan antara berita, opini, dan konten bersponsor (Indikator #10) memperkuat pemahaman audiens tentang keaslian dan kepercayaan informasi yang mereka konsumsi. Ini meningkatkan kemampuan audiens untuk menilai kebenaran informasi dan membuat keputusan yang lebih tepat berdasarkan berita yang mereka terima.

Kedua, implikasi terhadap efek afektif yang mengacu pada emosi dan perasaan yang dihasilkan oleh konten media. Indikator seperti menghargai keberagaman dan hak asasi manusia (Indikator #6), serta melindungi anak-anak dan perempuan dari eksploitasi dalam berita (Indikator #9) menumbuhkan rasa keamanan dan kepercayaan terhadap media tersebut. Media yang menjunjung tinggi nilai-nilai ini cenderung menghasilkan sentimen positif bagi audiens.

Ketiga, implikasi terhadap efek perilaku yang mengarah pada tindakan yang diambil audiens sebagai respons terhadap konten media. Indikator seperti keterbukaan tentang siapa yang

bertanggung jawab atas konten (Indikator #5) dan kebijakan untuk tidak mempromosikan produk terlarang (Indikator #7) membantu membentuk perilaku berita yang bertanggung jawab dan etis. Media yang secara eksplisit memisahkan berita dan opini juga membantu audiens mengembangkan kemampuan kritis dalam menanggapi isu dan mungkin lebih cenderung terlibat dalam diskusi publik atau aktivitas sosial yang berhubungan dengan isu tersebut. Selain itu, faktor afektif juga mempengaruhi perilaku baik dalam kategori aktivasi maupun penonaktifan. Seperti indikator #7 tidak mempromosikan yang terlarang berimplikasi mencegah ketertarikan audiens dari barang tersebut. Atau pada indikator #8 tidak mendukung aksi terorisme dan rasisme berimplikasi untuk mengaktifkan audiens untuk turut serta dalam penolakan tindakan tersebut. Secara detail implikasi tersebut dapat dijabarkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Implikasi *Trustworthy News Indicators* Berdasarkan Efek Dependensi Media Tingkat Mikro

Aspek	<i>Trustworthy news Indicators</i>
Kognitif	1, 2, 3, 4, 10,11
Afektif	6, 8, 9
Perilaku	5, 6, 7, 8, 9

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Melangkah lebih lanjut, diasumsikan bahwa buah dari ketergantungan media adalah kepercayaan publik. Hal ini terlihat dari terpaan media yang mempengaruhi aspek kognitif, afektif dan perilaku sebagaimana telah dibahas atas. Asumsi ini terjawab berdasarkan laporan Litbang Kompas, bahwa kepercayaan publik terhadap media tidak lagi hanya berkaca pada aspek merek (*brand*) suatu perusahaan media. Para responden menyatakan alasan utama dalam memercayai pemberitaan di media massa, terdiri dari 34,7% karena berita yang memuat sumber informasi dari pihak berwenang (misalnya berisi data resmi, rilis lembaga, dan pernyataan tokoh). 28,9% karena berisi informasi lengkap tentang suatu peristiwa, 17,8% karena kanal media atau tempat responden memperoleh informasi, 12,4% menjawab tidak tahu, dan hanya 6,2% karena melihat brand media.

Dari kondisi di atas, peneliti media dari

Universitas Media Nusantara, Ignatius Haryanto (sebagaimana dikutip Hendarto, 2023) memandang konsumsi publik saat ini berdasarkan kebutuhannya. Argumen ini menunjukkan bahwa kebutuhan konsumen sangat variatif. Seperti pandangan teori dependensi dan temuan Ball Rokeach bahwa sejak dulu pada tingkat mikro, individu memilih media sesuai dengan kebutuhannya (Ball-Rokeach, 1985). Berdasarkan itu, selain melihat kebutuhan audiens, perusahaan media turut perlu membangun kembali kepercayaan publik. Di antaranya memanfaatkan alasan publik dalam mempercayai suatu berita. Hal ini sejalan dengan wacana *trustworthy news indicators*. Mematuhi aturan main sesuai regulasi maupun etik dan berasaskan pada kepentingan umum.

Pada laporan Reuters Institute (2023) dari aspek perilaku tingkat mikro pada publik global diketahui hanya sedikit individu yang berpartisipasi dalam berita online dibandingkan waktu-waktu sebelum media baru mulai eksis. Jika digabungkan dari seluruh pasar, hanya sekitar seperlima (22%) yang kini menjadi partisipan aktif, dan sekitar setengahnya (47%) tidak berpartisipasi dalam berita sama sekali. Bahkan laporan ini juga menunjukkan adanya skeptis terhadap berita. Terlihat pada 36% publik global menghindari berita (*news avoidance*) baik secara keseluruhan maupun untuk waktu dan topik tertentu. Melihat fenomena dari laporan survei di atas, maka penting bagi media untuk melihat tingkat ketergantungan media di tingkat mikro sebagai langkah-langkah ke depan. Baik dalam tingkat konsumsi berita, hingga pada tingkat kepercayaan publik dan ketergantungan media. Dalam garis besarnya, interpretasi atas telaah literatur yang ada dapat ditarik pandangan bahwa *trustworthy news indicators* AMSI memiliki implikasi terhadap dependensi media di tingkat mikro.

Label *Trusted* dan Dependensi Media

Media yang digolongkan terpercaya menurut AMSI perlu memenuhi *trustworthy news indicators* secara keseluruhan. Adapun penerapannya dijabarkan dalam tabel berikut:

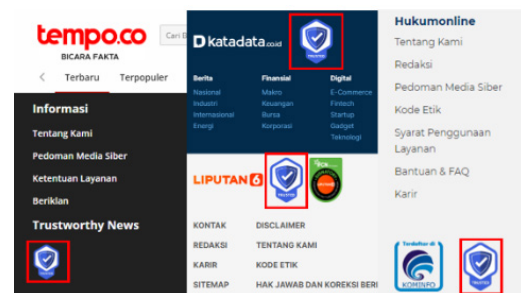
Tabel 2. Penerapan *Trustworthy News Indicators* AMSI pada Media

Indikator	Penerapan
1	Menjalankan kode etik jurnalistik dan pedoman pemberitaan media siber ditampilkan pada halaman web, memiliki kebijakan koreksi yang jelas, jurnalis dibekali pemahaman berkala terkait kode etik dan regulasi.
2	Merujuk pada pasal 2 butir (1) dan (2) UU No.40/1999 tentang Pers dan pasal 6 kode etik jurnalistik. Memastikan redaksi mematuhiinya.
3	Selalu menguji informasi, pemberitaan berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah. Tidak melakukan cypaste berita kecuali berafiliasi. Serta memberi kredit dan caption pada grafis yang digunakan.
4	Perusahaan pers dikelola dengan tata kelola pruden, memenuhi UU dan ketentuan Dewan Pers termasuk verifikasi. Serta memenuhi standar perusahaan pers.
5	Mengumumkan pemilik media, susunan direksi, redaksi, kontak dan alamat media.
6	Menghargai keberagaman dan HAM merujuk pada UUD 1945. Menghindari konten merendahkan, menghina, menampilkan stereotip, prasangka ke suatu kelompok, dan mendorong kebencian atau pelabelan negatif.
7	Merujuk pada Global Alliance for Responsible Media (GARM), tidak menerima dukungan dari produk terlarang, produk bajakan, dan barang selundupan.
8	Menghindari berita berpotensi promosi dan memberi legitimasi dan glorifikasi tindakan maupun pelaku terorisme, termasuk mengungkap rinci modus operandinya.

Indikator	Penerapan
9	Penggunaan diksi yang sesuai pada berita kekerasan pada perempuan dan anak serta menghindari pengungkapan identitas korban kasus seksual.
10	Memberikan keterangan jelas tentang konten berita, konten yang berbayar (advertorial), opini, press release dan lainnya.
11	Situs web memiliki pemberitahuan formal dan publik mengenai kebijakan membagikan data pengguna kepada pihak ketiga, berikut syarat dan ketentuannya.

Sumber: AMSI, 2023

Dalam implementasinya, khususnya media anggota AMSI yang memenuhi ke-11 indikator tersebut berdasarkan proses verifikasi dan peninjauan akan diberikan badge atau label trusted. Ini diperkenankan untuk dipasang pada laman website atau platform media itu untuk diketahui publik bahwa telah memenuhi standar *trustworthy news indicators*. Per tahun 2023, sudah 29 media online anggota AMSI yang telah menandatangani komitmen bersama mengadopsi *trustworthy news indicators* (Bayu, 2023).



Gambar 2. Lambang *Trusted* AMSI Dipasang di Media
Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Penerapan label *trusted* ini memiliki implikasi terhadap konsumsi berita. Penelitian Mingkon Gao dan rekannya (2018) melakukan eksperimen bagaimana label di media mempengaruhi pemilihan, persepsi ekstremitas, dan tingkat kesesuaian artikel berita. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa label dapat meningkatkan keterpaparan selektif-kecenderungan orang untuk mencari pendapat yang

menyenangkan dan membuat orang lebih rentan terhadap pendapat yang terpolarisasi. Mereka mengasumsikan label dapat membuat artikel berita palsu terlihat dipercaya, dan dapat pula menurunkan persepsi masyarakat terhadap ekstremnya artikel berita palsu. Pada kesimpulannya, penelitian tersebut memandang terdapat implikasi penting terhadap dampak dari label kredibilitas terhadap konsumsi berita *online*.

Martin Mende dan rekannya (2024) dalam penelitian mereka mengeksplorasi asal muasal pemasaran infodemik untuk mempertimbangkan konten, asal-usul, dan evolusinya melalui tinjauan literatur sistematis. Mereka menggambarkan bagaimana label berdampak pada respons konsumen terhadap mis/disinformasi, serta bagaimana faktor kontekstual dan konsumen dapat berinteraksi dengan aspek label untuk mendorong respons afektif dan kognitif, yang selanjutnya memengaruhi sikap, niat, dan perilaku terkait label, konten media, dan lain-lain.

Kedua penelitian ini mengarahkan bahwa label dan kredibilitas mempengaruhi dependensi media tingkat mikro. Serta bagaimana efeknya dari aspek kognitif, afektif, dan perilaku individu dipengaruhi oleh media yang mereka lihat. Menelaah konklusi dan pembahasan tersebut, interpretasi yang diajukan dalam konteks ini ialah penerapan *trustworthy news indicators* AMSI termasuk pada pemberian label trusted pada media memiliki potensi berdampak pada efek dependensi media tingkat mikro dilihat pada hubungan media-audiens secara personal atau individu.

KESIMPULAN

Trustworthy news indicators yang diperkenalkan oleh Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) berpotensi untuk berperan signifikan dalam mempengaruhi ketergantungan media masa kini. Melihat pada teori dependensi media, yang menekankan hubungan antara kebutuhan audiens dan kapasitas media untuk memenuhi kebutuhan tersebut, menunjukkan bahwa indikator-indikator kepercayaan berita meningkatkan kemampuan media untuk menjadi sumber informasi yang andal dan memenuhi kebutuhan audiens.

Trustworthy news indicators memiliki implikasi pada efek dependensi media. Seperti pada aspek kognitif, memperkuat kemampuan audiens untuk mengakses, memproses, dan mengevaluasi informasi secara kritis. Aspek afektif indikator membangun emosi positif terhadap media, meningkatkan kepercayaan dan loyalitas audiens. Lalu aspek perilaku, indikator memandu audiens dalam membentuk perilaku responsif dan bertanggung jawab terhadap konsumsi berita. Selain itu, dari sejumlah laporan menunjukkan bahwa publik cenderung memilih media yang memenuhi kebutuhan informasinya dan menawarkan konten yang dapat dipercaya dan adanya penurunan partisipasi menegaskan kebutuhan audiens untuk media yang lebih dipercaya dan bertanggung jawab sehingga *trustworthy news indicators* tidak sekedar membangun kepercayaan publik dan meningkatkan partisipasi melainkan untuk memperkuat ketergantungan media dan memfasilitasi hubungan media-audiens yang positif. Pada akhirnya penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi perusahaan media, organisasi media dalam membuat keputusan ke depannya. Menjadi gambaran publik untuk menentukan ketergantungan media yang positif. Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan teoritis dalam penelitian lanjutan terkait *trustworthy news indicators* dan dampaknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>.
- AMSI. (2022, Desember 30). *Trustworthy news indicators*. Diambil 18 Mei 2024, dari <https://amsi.or.id/trust-worthy-news/>.
- AMSI. (2023). *Panduan Penetapan Trustworthy news indicators*. AMSI, USAID, Internews.
- Ball-Rokeach, S. J. (1985). The Origins of Individual Media-System Dependency: A Sociological Framework. *Communication Research*, 12(4), 485–510. <https://doi.org/10.1177/009365085012004003>.

- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A Dependency Model of Mass-Media Effects. *Communication Research*, 3(1), 3–21. <https://doi.org/10.1177/009365027600300101>.
- Bayu. (2023, Juli 7). *Langkah Awal, 29 Media Anggota AMSI Terapkan Indikator Kepercayaan Media. independen ID*. Diambil dari <https://independen.id/read/umum/1259/langkah-awal-29-media-anggota-amsi-terapkan-indikator-kepercayaan-media/>.
- Cantre, E. (2020). *Advance Theories and Models in Communication*. Diambil dari https://www.academia.edu/21381584/advance_theories_and_models_in_communication.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (Fifth edition)*. Los Angeles: SAGE.
- Damstra, A., & Boukes, M. (2021). The Economy, the News, and the Public: A Longitudinal Study of the Impact of Economic News on Economic Evaluations and Expectations. *Communication Research*, 48(1), 26–50. <https://doi.org/10.1177/0093650217750971>.
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. (1977). *Theories of mass communication (3rd ed)*. New York London: Longman.
- Edelman. (2024). *2024 Edelman Trust Barometer: Global Report*. EdelmanTrust Institute. Diambil dari EdelmanTrust Institute website: <https://www.edelman.com/trust/2024/trust-barometer>.
- Gao, M., Xiao, Z., Karahalios, K., & Fu, W.-T. (2018). To Label or Not to Label: The Effect of Stance and Credibility Labels on Readers' Selection and Perception of News Articles. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 2(CSCW), 1–16. <https://doi.org/10.1145/3274324>.
- Hendarto, Y. M. (2023, Februari 8). *Survei Kompas: Antara Industri Media dan Kepercayaan Publik. Kompas ID*. Diambil dari <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/02/08/survei-kompas-antara-industri-media-dan-kepercayaan-publik>.
- Hermawan, S., & Amirullah, A. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis; Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang: MNC Publishing.
- Ida, R. (2022). *Metode Penelitian: Studi Media dan Kajian Budaya (4 ed.)*. Jakarta, Indonesia: Kencana.
- Kim, Y. (2020). Media System Dependency Theory. Dalam J. Bulck (Ed.), *The International Encyclopedia of Media Psychology (1 ed., hlm. 1–17)*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0135>.
- Lin, Y. (2015). Media Dependency Theory. Dalam Communication. *Encyclopedia Britannica. Encyclopedia Britannica*. Diambil dari [britannica.com/topic/media-dependency-theory](https://www.britannica.com/topic/media-dependency-theory).
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (Ed.). (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Los Angeles, Calif: Sage.
- Malinda, N., & Aryono, A. M. (2023, Maret 2). *Hanya Ada 1 dari 10 Media Online Yang Sudah Terverifikasi Dewan Pers. Solopos*. Diambil dari <https://soloraya.solopos.com/hanya-ada-1-dari-10-media-online-yang-sudah-terverifikasi-dewan-pers-1541762>.
- Mende, M., Ubal, V. O., Cozac, M., Vallen, B., & Berry, C. (2024). Fighting Infodemics: Labels as Antidotes to Mis- and Disinformation?! *Journal of Public Policy & Marketing*, 43(1), 31–52. <https://doi.org/10.1177/07439156231184816>.
- Moenawar, M. G., Mandjusri, A., & Septayuda, T. (2019). Transforming Cybersecurity through Sustainability in Living Harmony: Facing the Dissemination of Hoax Information based on Digital Media. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(1), 119–125. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v6i7>.
- Musfialdy, & Anggraini, I. (2020). Kajian Sejarah dan Perkembangan Teori Efek Media. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 8(1), 30–42. <https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.639>.
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robinson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). *Reuters Institute digital*

news report 2023. Reuters Institute. <https://doi.org/10.60625/RISJ-P6ES-HB13>.

Redaksi AMSI. (2023, Juli 6). *FGD: Penandatanganan Komitmen Bersama anggota AMSI Mengadopsi dan Memenuhi Trustworthy news indicators*. Diambil dari <https://amsi.or.id/siap-adopsi-trustworthy-news-indicators-29-media-amsi-tandatangi-komitmen-bersama/>.

Reese, S. D., & Shoemaker, P. J. (2016). A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model. *Mass Communication and Society*, 19(4), 389–410. <https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1174268>.

Rubin, A. M., & Windahl, S. (1986). The Uses and Dependency Model of Mass Communication. *Critical Studies in Mass Communication*, 3(2), 184–199. <https://doi.org/10.1080/15295039609366643>.