

# Penilaian *Credibility* pada *News site* dengan *Crowdsourcing* Berbasis Reputasi dari *Crowdwoerker*

Febrio Ibrahim S<sup>1</sup>, Dana Sulisty Kusumo<sup>2</sup>, Indra Lukmana Sardi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Informatika, Universitas Telkom, Bandung

<sup>1</sup>sebayang@students.telkomuniversity.ac.id, <sup>2</sup>danakusumo@telkomuniversity.ac.id,

<sup>3</sup>indraluk@telkomuniversity.ac.id

---

## Abstrak

Besarnya perkembangan *news site* menjadikan *news site* salah satu sumber utama pencarian berita *online*. Banyaknya pengguna *news site* menjadikan jumlah *news site* juga bertambah. Hal ini menjadikan permasalahan utama *news site* yaitu *credibility* banyak diteliti. Sulitnya mendapatkan *credibility* pada *news site* dikarenakan sulitnya menyampaikan berita jujur dan tidak memihak serta kurangnya analisis dan fakta aktual yang disajikan pada *news site* ditambah banyaknya *news site* yang terindikasi memberikan berita kurang akurat menjadikan *credibility news site* dipertanyakan. *Credibility* adalah hasil dari evaluasi seseorang dengan berbagai faktor. Penelitian ini melakukan penilaian *credibility* pada 10 *news site* terbesar di Indonesia. Dan meneliti pengaruh *trustworthiness*, *expertise*, *interactivity*, *multimediality*, dan *hypertextuality* terhadap *credibility*. Banyaknya dan beragamnya pengguna *news site* menjadikan *crowdsourcing* adalah cara pengambilan data yang tepat untuk diterapkan pada penelitian ini. *Crowdsourcing* digunakan karena mengambil data dari kumpulan banyak kontributor yang memberikan penilaian mereka terhadap *credibility* secara bebas. Namun *crowdsourcing* memiliki kelemahan dari segi kualitas hasil kerja kontributor, sehingga penelitian ini menerapkan seleksi hasil kerja pada kontributor dengan menggunakan reputasi yang berbentuk *like/dislike* yang dilakukan oleh *crowdworker* yang merupakan *expert* dibidang jurnalistik. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis pengaruh reputasi yang diberikan terhadap hasil akhir. Hasil pengujian dilakukan oleh 55 kontributor yang memiliki rata rata usia 21 tahun dan membaca 6 berita dalam satu hari yang merupakan relawan yang bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Dari hasil pengujian didapat nilai untuk setiap *news site* dan didapati bahwa *trustworthiness* memiliki pengaruh paling tinggi terhadap *credibility*. Kemudian diikuti oleh *expertise*, *interactivity*, *hypertextuality*, dan *multimediality*. Dari analisis hasil pengujian juga didapati reputasi yang diberikan pada *crowdsourcing* mampu merubah hasil akhir menjadi lebih berkualitas dengan menggunakan *crowdworker* sebagai *expert* yang melakukan seleksi penilaian dari kontributor.

**Kata Kunci:** kredibilitas, *crowdsourcing*, *news site*