

**PUBLIC TRUST IN THE BOGOR RADAR DAILY NEWSPAPER IN THE
PRESIDENT ELECTION 2019 NEWS**

Acep Muhamad Rusman¹, Sukarelawati², Maria Fitriah³
Science Communication, Faculty of Social Science and Political Science
Djuanda University
Email: acepmuhamadr@gmail.com

ABSTRACT

The presence of social media as a new media in fulfilling information does not necessarily cover the shortcomings of mainstream media. The large number of disinformations and hoaxes that have emerged related to election news have caused the public to confuse the correct information and false information. The formulation of the problem in this research is "How is Public Trust in Newspaper Daily Radar Bogor in Reporting 2019 Presidential Election?". This study aims to determine public confidence in the daily newspaper Radar Bogor in presenting news of the 2019 presidential election. This study uses a descriptive-qualitative method. Key informans in this study were the executive editor, Radar Bogor daily newspaper, as well as readers of the Radar Bogor Daily newspaper who are members of political parties supporting the presidential candidate pair number 01 and readers of the Radar Bogor daily newspaper, members of political parties supporting the presidential and vice presidential candidate pair number 02. The results of the study show that public trust in the reporting of the daily newspaper Radar Bogor, there are three basic aspect (Ability) refers to the competence and traits possessed by an individual, group or organization in terms of convincing others to believe. In this aspect, it discusses how the Radar Bogor daily newspaper won the trust of readers in its ability to presnt news; namely the aspect of kindness (benelovence) which reviews the attention, empathy, confidence and acceptance of the reader towards the presentation of the 2019 presidential and vice presidential election news conducted by the daily newspaper Radar Bogor and the integrity aspect which reviews the integrity of the leter Radar Bogor daily news in presenting news related to the 2019 presidential election which can then form readers trust in Radar Bogor.

Keywords: Public Trust; Reporting; The Daily Newspaper Radar Bogor



KEPERCAYAAN PUBLIK PADA SURAT KABAR HARIAN RADAR BOGOR DALAM PEMBERITAAN PEMILU PRESIDEN 2019

Acep Muhamad Rusman¹, Sukarelawati², Maria Fitriah³
Ps. Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Djuanda
Email: acepmuhamadr@gmail.com

ABSTRAK

Kehadiran media sosial sebagai media baru dalam pemenuhan informasi tidak serta merta menutupi kekurangan media *mainstream*. Banyaknya disinformasi dan berita bohong (hoaks) yang muncul terkait dengan pemberitaan pemilu menyebabkan publik simpang siur memilah informasi yang benar dan informasi yang tidak benar. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana kepercayaan publik terhadap Surat Kabar Harian Radar Bogor dalam pemberitaan pemilu presiden 2019?”. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui kepercayaan publik terhadap Surat Kabar Harian Radar Bogor dalam menyajikan berita pemilu presiden 2019. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kuaitatif. *Key informan* dalam penelitian ini adalah Redaktur Pelaksana Surat Kabar Harian Radar Bogor, serta pembaca Surat Kabar Harian Radar Bogor yang merupakan anggota partai politik pendukung pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut 01 dan pembaca Surat Kabar Harian Radar Bogor anggota partai politik pendukung pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut 02. Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan publik pada pemberitaan surat kabar harian Radar Bogor terdapat tiga aspek dasar kepercayaan dalam sebuah pemberitaan Aspek kemampuan (*Ability*) yang mengacu pada kompetensi dan sifat-sifat yang dimiliki oleh seorang individu, kelompok, ataupun organisasi dalam hal meyakinkan orang lain untuk percaya. Pada aspek ini mengulas mengenai bagaimana Surat Kabar Harian Radar Bogor mendapatkan kepercayaan dari pembaca dalam hal kemampuan menyajikan pemberitaan; yaitu aspek kebaikan hati (*Benevolence*) yang mengulas tentang perhatian, empati, keyakinan dan daya terima yang dimiliki oleh pembaca terhadap penyajian pemberitan pemilihan presiden dan wakil presiden 2019 yang dilakukan oleh Surat Kabar Harian Radar Bogor dan aspek Integritas (*Integrity*) yang mengulas mengenai integritas Surat Kabar Harian Radar Bogor dalam menyajikan pemberitaan terkait pilpres 2019 yang kemudian dapat membentuk kepercayaan pembaca terhadap Radar Bogor.

Kata Kunci: Kepercayaan Publik; Pemberitaan; Surat Kabar Harian Radar Bogor.