

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sejenis Sebelumnya

Penelitian tentang evaluasi informasi merupakan penelitian yang sudah sering dilakukan, salah satunya adalah penelitian Sistryan Maharani dan Ardoni pada tahun 2013. Penelitian yang merupakan skripsi ini berjudul Kredibilitas Informasi Bidang Kesehatan yang Diperoleh Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Andalas dari Internet.

Subjek dari penelitian tersebut adalah mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Andalas dan objek penelitiannya adalah informasi yang diperoleh mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Andalas dari Internet. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan bagaimana mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Andalas menentukan kredibilitas informasi kesehatan yang diperoleh dari internet. Dengan menggunakan metode kualitatif, dan melalui pendekatan analisis deskriptif, penelitian ini menghasilkan bahwa berbagai macam informasi yang terdapat di internet tidak semua dapat dipercaya kebenarannya. Informasi yang terdapat di internet perlu dievaluasi terlebih dahulu berdasarkan kriteria atau aturan tertentu yang telah disepakati sebelumnya.

Ada beberapa penilaian dalam menentukan kredibilitas informasi; menentukan kredibilitas informasi tidak hanya berdasarkan kebutuhan yang diinginkan. Beberapa kriteria yang diperhatikan dalam mengevaluasi suatu informasi adalah (1) tampilan, (2) penulis, (3) memperhatikan iklan dan, (4)

lembaga afiliasi. Selain itu, diperlukan juga kriteria tambahan seperti (1) memberitahukan web resmi bidang kesehatan dan (2) membandingkan antara informasi di internet dan informasi di buku.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Sistyan Maharani dan Ardoni terletak pada subjek penelitian, objek penelitian, dan acuan analisis. Subjek penelitian ini adalah penonton atau *viewer* video dari kanal YouTube ‘Kok Bisa?’. Sedangkan objek penelitian ini adalah informasi yang terdapat dalam video di kanal YouTube ‘Kok Bisa?’. Dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sistyan Maharani dan Ardoni, subjek penelitiannya adalah mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Andalas, dan objek penelitiannya adalah informasi yang diperoleh mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Andalas dari Internet.

Penelitian ini menggunakan acuan evaluasi informasi berbasis web dari Tate (2010), yaitu *Authority* (pencipta dokumen), *Accuracy* (ketepatan), *Objectivity* (objektivitas), *Currency* (kemutakhiran), dan *Coverage And Intended Audience* (kedalaman topik dan target informasi). Sedangkan penelitian Sistyan Maharani dan Ardoni menggunakan acuan kriteria evaluasi informasinya adalah (1) tampilan, (2) penulis, (3) memperhatikan iklan dan, (4) lembaga afiliasi. Dengan tambahan kriteria (1) memberitahukan web resmi bidang kesehatan dan (2) membandingkan antara informasi di internet dan informasi di buku, jika diperlukan.

Pada tahun 2012, Sadip Pant dkk melakukan penelitian dengan judul *Assessing the Credibility of the ‘YouTube Approach’ to Health Information on*

Acute Myocardial Infarction. Penelitian ini merupakan sebuah artikel dalam portal jurnal yang bernama *Clinical Investigations*. Subjek dari penelitian tersebut adalah situs web YouTube, dan objek penelitiannya adalah informasi kesehatan yang terkandung dalam video di YouTube tentang *Acute Myocardial Infarction*. Penelitian tersebut bertujuan untuk menilai kredibilitas informasi video di YouTube tentang *Acute Myocardial Infarction* dengan mengeksplorasi hubungan antara keakuratan informasi pada topik, sumber keahlian, dan kredibilitas pesan yang dirasakan.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif, kemudian dianalisis secara deskriptif. Penelitian tersebut dimulai dengan melakukan pencarian di situs web www.youtube.com lalu memasukkan kata kunci “*acute myocardial infarction*”, “*heart attack*”, “*acute coronary syndrom*”, dan “*ST-elevation myocardial infarction*”. Kemudian video hasil pencarian dikategorikan menurut sumber video dan konten dianalisis dari berbagai aspek penyakit, mulai dari patofisiologi hingga pengobatannya. Hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut adalah sebagian besar dari video tidak relevan, video yang menyentuh semua aspek infark miokard akut hanya sebesar 6%.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Sadip Pant, dkk terletak pada subjek, objek, dan metode penelitian. Subjek penelitian ini adalah penonton atau *viewer* video dari kanal YouTube ‘Kok Bisa?’. Sedangkan objek penelitian ini adalah informasi yang terdapat dalam video di kanal YouTube ‘Kok Bisa?’. Dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sadip Pant, dkk., subjek penelitiannya adalah situs web YouTube, dan objek penelitiannya

adalah informasi kesehatan yang terkandung dalam video di YouTube tentang *Acute Myocardial Infarction*.

Penelitian ini menggunakan acuan evaluasi informasi berbasis web dari Tate (2010), yaitu *Authority* (pencipta dokumen), *Accuracy* (ketepatan), *Objectivity* (objektivitas), *Currency* (kemutakhiran), dan *Coverage And Intended Audience* (kedalaman topik dan target informasi). Sedangkan penelitian Sadip Pant, dkk., metode yang digunakan dalam melakukan evaluasi informasi dari video di YouTube adalah dengan mengeksplorasi hubungan antara akurasi informasi pada topik, sumber keahlian, dan kredibilitas pesan yang dirasakan.

Pada tahun 2006, Enrique Herrera-Viedma, Gabriella Pasi, Antonio G. Lopez-Herrera, dan Carlos Porcel juga melakukan penelitian yang sejenis. Penelitian ini juga merupakan artikel pada portal jurnal yang bernama *Journal of the American Society For Information*. Penelitian tersebut berjudul *Evaluating the Information Quality of Web Sites: A Methodology Based on Fuzzy Computing With Words*. Subjek penelitiannya adalah informasi di situs web, dan objek penelitiannya adalah kualitas informasi di situs web berdasarkan evaluasi dengan menggunakan metode *Fuzzy Computing With Words*. Tujuan penelitian tersebut adalah mengevaluasi kualitas informasi pada sebuah situs web dengan menggunakan metode *Fuzzy Computing With Words*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berorientasi pada pengguna karena menghasilkan rekomendasi linguistik pada kualitas informasi situs web berbasis konten berdasarkan pengguna.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Enrique, dkk dengan penelitian ini terletak pada subjek, objek, dan metode penelitian. Subjek penelitian ini adalah penonton atau *viewer* video dari kanal YouTube ‘Kok Bisa?’. Sedangkan objek penelitian ini adalah video yang terdapat di kanal YouTube ‘Kok Bisa?’. Dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Enrique, dkk, subjek penelitiannya adalah informasi di situs web, dan objek penelitiannya adalah kualitas informasi di situs web berdasarkan evaluasi dengan menggunakan metode *Fuzzy Computing With Words*. Acuan kriteria evaluasi informasinya, yaitu menggunakan metode *Fuzzy Computing With Words*. Sedangkan penelitian ini menggunakan acuan evaluasi informasi berbasis web dari Tate (2010), yaitu *Authority* (pencipta dokumen), *Accuracy* (ketepatan), *Objectivity* (objektivitas), *Currency* (kemutakhiran), dan *Coverage And Intended Audience* (kedalaman topik dan target informasi).

Dari ketiga penelitian sejenis sebelumnya, dapat dilihat bahwa ketiganya mempunyai persamaan, yaitu mengevaluasi informasi yang diperoleh dari internet. Meskipun demikian, ketiga penelitian tersebut memiliki subjek, objek, dan metode penelitian yang berbeda-beda. Ketiganya memiliki metode tersendiri dalam melakukan evaluasi pada masing-masing sumber informasi. Banyaknya sumber daya informasi yang terdapat di internet mendorong keinginan peneliti melakukan penelitian pada salah satu situs web yang paling populer di Indonesia, yaitu YouTube. Tepatnya, peneliti akan melakukan penelitian pada salah satu kanal yang bertemakan edukasi, yaitu kanal YouTube ‘Kok Bisa?’. Kanal YouTube tersebut menyajikan informasi seputar kehidupan sehari-hari dengan

menggunakan pendekatan ilmiah. Tujuannya adalah untuk mengetahui kredibilitas informasi yang disampaikan di dalam video kanal YouTube tersebut.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Konsep Evaluasi Informasi

Sebagai masyarakat yang cerdas, kita harus memiliki kemampuan literasi informasi. Terutama keterampilan dalam mengevaluasi informasi. Karena informasi tersebut belum tentu sesuai dengan kebutuhan kita dan belum tentu kebenarannya. Informasi-informasi tersebut bisa saja menyesatkan karena berasal dari sumber yang tidak kredibel. Selain itu, kemungkinan lainnya adalah informasi tersebut sudah tidak *up to date* sehingga informasinya tidak memiliki nilai lagi.

Menurut Arikunto dan Cegi (2014: 1) evaluasi adalah *To Find Out, decide The Amount Or Value*. Artinya suatu upaya untuk menentukan nilai atau jumlah. Definisi tersebut menunjukkan bahwa kegiatan evaluasi harus dilakukan secara baik, bertanggung jawab, menggunakan metode ataupun strategi, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Sedangkan informasi dapat didefinisikan sebagai sekumpulan fakta atau data yang di organisasikan dengan cara tertentu yang memiliki arti bagi penerimanya (Sutarman, 2012 : 14). Menurut Hasugian (2009 : 5), informasi adalah sebuah konsep yang universal dalam jumlah muatan yang besar, meliputi banyak hal dalam ruang lingkupnya masing-masing dan terekam pada sejumlah media. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa evaluasi

informasi merupakan kegiatan penilaian suatu fakta atau data yang telah diorganisasikan dengan menggunakan kriteria standar tertentu dan dilakukan secara baik dan bertanggung jawab.

Evaluasi informasi menurut salah satu ahli adalah menilai kualitas dari suatu gagasan. Evaluasi informasi sangat erat kaitannya dengan pemikiran kritis yang mengkaji literatur tentang pemikiran kritis. Karena pemikiran kritis tersebut memberikan kontribusi cukup penting untuk pemahaman evaluasi (Fitzgerald, 2016).

Setiap kegiatan yang dilakukan, pasti memiliki tujuan. Begitu juga dengan evaluasi. Menurut Arikunto (2005), terdapat dua tujuan evaluasi, yaitu tujuan umum dan khusus. Tujuan umum diarahkan pada program secara keseluruhan, sedangkan tujuan khususnya difokuskan pada masing-masing komponen. Sedangkan menurut Wirawan (2012), tujuan evaluasi adalah mengumpulkan informasi untuk menentukan nilai dan manfaat objek evaluasi, mengontrol, memperbaiki, dan mengambil keputusan mengenai objek tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tujuan evaluasi adalah untuk memberikan penilaian, pertimbangan, dan memperbaiki objek tertentu dengan diawali proses pengumpulan data yang sistematis. Jadi, tujuan evaluasi informasi adalah mampu untuk memilih sumber informasi yang bermutu, dengan meningkatkan kemampuan membaca secara kritis informasi yang diperoleh (Ai Lien, 2010: 51).

Sumber informasi yang berasal dari internet harus dievaluasi supaya informasi yang diperoleh dapat diketahui kualitasnya. Terdapat beberapa strategi dalam mengevaluasi informasi berbasis web menurut Tate (2010), yaitu *Authority*

(pencipta dokumen), *Accuracy* (ketepatan), *Objectivity* (objektivitas), *Currency* (kemutakhiran), dan *Coverage And Intended Audience* (kedalaman topik dan target informasi).

1. *Authority* (pencipta dokumen)

Authority merupakan pencipta dokumen yang diakui memiliki pengetahuan tentang bidang studi yang diberikan.

2. *Accuracy* (ketepatan)

Pada umumnya, akurasi menunjukkan informasi mana yang dapat diandalkan dan bebas dari kesalahan. Menentukan keakuratan informasi merupakan hal mendasar dari keseluruhan proses evaluasi dan hal tersebut sering dijadikan alasan untuk mengkritisi suatu sumber informasi. Akurasi informasi selalu dikaitkan dengan seseorang penulis atau yang bertanggung jawab atas informasi tersebut.

3. *Objectivity* (objektivitas)

Objektivitas berkaitan dengan tujuan dari pembuatan situs. Situs yang baik akan menjelaskan tujuan dari situs tersebut. Misalnya, untuk siapa situs tersebut, situs tersebut digunakan untuk membahas apa, dan untuk apa situs tersebut dibuat. Pada umumnya informasi tersebut dapat dilihat pada menu *about us* (tentang kami). Hal tersebut akan membantu dalam menentukan apakah pengguna perlu membaca isi informasi tersebut atau tidak.

4. *Currency* (kemutakhiran)

Currency (kemutakhiran) dalam suatu informasi berhubungan erat dengan seberapa *update* informasi tersebut. Kekinian menjadi faktor terpenting

seseorang dalam melakukan pencarian informasi di internet. Selain itu, kekinian juga menjadi pertimbangan yang penting karena informasi yang sudah tidak *up to date* akan menjadi tidak berguna serta tidak relevan.

5. *Coverage And Intended Audience* (cakupan dan target penonton)

Cakupan berkaitan erat dengan isi informasi atau dokumen dalam situs, seperti informasi apa yang dibahas, seberapa dalam informasi tersebut ditampilkan, serta adakah link yang terhubung ke situs lain yang dapat dipercaya dengan pembahasan informasi yang sama. *Intended Audience* merupakan kelompok masyarakat yang ditargetkan mendapat informasi.

2.2.2 Sumber Daya Informasi Berbasis Web

Dalam pengertian umum, sumber daya didefinisikan sebagai sesuatu yang dipandang memiliki nilai ekonomi. Dapat juga dikatakan bahwa sumber daya adalah komponen dari ekosistem yang menyediakan barang dan jasa yang bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Fauzi (2004) dalam bukunya menuliskan bahwa Grima dan Berkes mendefinisikan sumber daya sebagai aset untuk pemenuhan kepuasan dan utilitas manusia. Sedangkan Rees lebih jauh mengatakan bahwa sesuatu untuk dapat dikatakan sebagai sumber daya harus memiliki dua kriteria yang pertama yaitu harus ada pengetahuan, teknologi atau keterampilan (*skill*) untuk memanfaatkannya yang kedua adalah harus ada permintaan (*demand*) terhadap sumber daya tersebut.

Dengan demikian dalam pengertian ini definisi sumber daya terkait dengan kegunaan (*usefulness*), baik untuk masa kini maupun mendatang bagi umat

manusia. Selain dua kriteria di atas, definisi sumber daya juga terkait pada dua aspek, yakni aspek teknis yang memungkinkan bagaimana sumber daya dimanfaatkan, dan aspek kelembagaan yang menentukan siapa yang mengendalikan sumber daya dan bagaimana teknologi digunakan. Jadi, dapat dikatakan bahwa sumber daya informasi adalah komponen dari ekosistem yang menyediakan segala informasi yang memiliki nilai yang bermanfaat bagi kebutuhan manusia, baik untuk masa kini, maupun masa yang akan datang.

Munculnya informasi berbasis web diawali dengan mulai berkembangnya web sebagai alat untuk bertukar informasi. Tim Barnes Lee dan kelompoknya dari CERN, Genewa, Swiss mengemukakan web untuk yang pertama kalinya pada 1989. CERN merupakan sebuah organisasi di Eropa untuk riset nuklir. Mereka menulis proposal untuk manajemen informasi yang menunjukkan bagaimana informasi dapat dipindahkan dengan mudah melalui internet dengan menggunakan *hypertext* (Hariyanto, 2008: 230).

Disebutkan dalam buku Oetomo (2007:146), mengakses informasi dari internet, pengguna akan dialihkan ke sebuah alamat *link* yang disebut nama domain (*Domain name*) atau *Uniform Resource Locator (URL)*. Kemudian akan menemukan informasi dalam berbagai format, seperti teks, gambar, video, ataupun suara dalam sebuah media yang disebut *website* atau situs web. Perikat hubungan antar halaman web disebut *Hyperlink* atau *Hypertext*. Untuk menjelajahi web, dibutuhkan perangkat lunak yang disebut *web browser*. Sehingga membangun sebuah web ditulis pada komputer yang dikenal sebagai *Hypertext Markup Language (HTML)*.

Pengertian situs web, secara terminologi adalah sekumpulan situs yang secara logis berhubungan, dapat diatur oleh satu atau lebih server (Simarmata, 2010: 407). Sedangkan menurut Hidayat (2010: 2), situs web diartikan sebagai kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi dengan format teks, gambar, gambar bergerak, animasi, suara bahkan gabungan dari semuanya, baik yang memiliki sifat statis maupun dinamis. Informasi-informasi tersebut membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan halaman-halaman.

Melalui penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa informasi dalam web didistribusikan melalui jaringan halaman (*hyperlink*), diakses dengan cara berselancar dari sebuah halaman ke halaman lain tanpa batasan ruang dan waktu. Situs web bersifat statis, jika isi informasi situs web tetap atau tidak berubah, dan dinamis, jika isi informasinya selalu berubah-ubah dan interaktif dua arah yang berasal dari pemilik serta pengguna situs web.

Sumber informasi yang terdapat di internet harus dievaluasi supaya informasi yang diperoleh dapat diketahui kualitasnya. Terdapat beberapa strategi dalam mengevaluasi informasi berbasis web menurut Tate (2010), yaitu *Authority* (pencipta dokumen), *Accuracy* (ketepatan), *Objectivity* (objektivitas), *Currency* (kemutakhiran), dan *Coverage And Intended Audience* (kedalaman topik dan target informasi).

Strategi evaluasi sumber informasi yang terdapat di internet menjadi salah satu pertimbangan dalam mengevaluasi informasi yang ada di internet. Dengan strategi tersebut, penyebaran informasi yang benar dapat dilakukan. Sehingga

masyarakat umum dapat menyimpulkan informasi mana yang dapat dijadikan referensi dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

2.2.3 YouTube

YouTube merupakan salah satu dari jenis media sosial. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk *social network*, *forum internet*, *weblogs*, *social blogs*, *micro blogging*, *wikis*, *podcasts*, gambar, video, rating, dan bookmark sosial.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010: 59) ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan *microblogs* (misalnya, Twitter), komunitas konten (misalnya, YouTube), situs jaringan sosial (misalnya Facebook, Instagram), *virtual game* (misalnya *world of warcraft*), dan *virtual social* (misalnya, *second life*).

YouTube adalah sebuah situs *web video sharing* (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis (Kindarto, 2008:3). Seiring perkembangannya, peran YouTube bertambah menjadi jalur distribusi bagi berbagai kalangan, mulai dari pembuat konten sampai pengiklan, sebagai ajang berbagi, menginformasikan dan

menginspirasi para pengguna internet di berbagai belahan dunia (Abraham, 2011: 45).

YouTube memiliki beberapa fitur, antaranya:

1. Mencari video

Situs ini adalah kumpulan berbagai macam video yang telah diunggah, jelas bahwa *YouTube* terdapat berbagai macam video. Penggunanya dapat mencari berbagai macam video dengan mengetikkan kata kunci di bagian pencarian.

2. Memutar video

Setelah penggunanya mendapatkan video yang diinginkan, hanya dengan mengkliknya penonton dapat langsung memutar video tersebut, tentu saja agar video lancar saat diputar koneksi internet sangat penting demi kelancaran saat menontonnya.

3. Mengunggah (*mengupload*) video

Akun penonton yang sudah terdaftar dengan *YouTube*, mereka dapat mengunggah videonya kedalam akunnya. Dengan syarat telah terdaftar, semakin besar videonya maka semakin mempengaruhi lamanya waktu saat mengunggah video tersebut.

4. Mengunduh (*mendownload*) video

Video yang ada dalam *YouTube* dapat juga bisa *download* penonton, dan gratis. Ada banyak cara seperti meng *copy* alamat *URL* yang ada dalam video tersebut lalu dipastekan ke dalam situs seperti *www.savefrom.net*. Banyak cara penggunanya dapat *download* video, cara lebih lanjut dengan mencarinya di Google.

5. Berlangganan (*Subscribe*)

Fitur gratis ini berfungsi bagi pengguna untuk bisa berlangganan (*subscribe*) video terbaru dari akun yang sudah kita klik tombol *subscribenya*. Pemberitahuan langsung didapatkan melalui kotak masuk yang ada dalam email penggunanya.

6. *Live Streaming* (Siaran Langsung)

Fitur *live streaming* ini adalah fitur yang dimiliki internet bagi pemilik konten ataupun pengguna yang sudah memiliki akun *YouTube* tentunya sangat berguna. (Tambaruka, 2013: 84).

Pada umumnya media sosial seperti *YouTube* memiliki beberapa fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. Menurut Abraham A. dalam bukunya yang berjudul *Sukses menjadi Artis dengan YouTube* adalah sebagai berikut:

1. Memperluas interaksi berdasarkan kesamaan nilai yang dimiliki masing-masing individu, kesamaan karakteristik tertentu, ataupun pernah berinteraksi dalam kurun waktu tertentu, sehingga melahirkan nostalgia yang dapat dirasakan bersama.
2. Menambah wawasan atau pengetahuan dengan sarana *Information, Sharing,* dan *Comment*.
3. Pencitraan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan prestige dan kemauan untuk *update* teknologi informasi.
4. Media transaksi dan pemikiran dalam hal perdagangan, politik, budaya, bahkan dimungkinkan juga di bidang pendidikan.

5. Dalam eskalasi lebih lanjut bisa juga sarana ini sebagai media intelejen, pengungkapan berbagai kejahatan hukum, media pertolongan dan sarana *Citizen Journalism*.
6. Selanjutnya mungkin adalah sebagai media rekreatif atau cuci mata setelah ditempa beratnya beban pemikiran, misalnya melihat film lucu, penemuan baru, permainan game dan lain sebagainya (Abraham, 2011: 37).

2.2.4 Informasi pada Konten Video di Youtube

Informasi dapat didefinisikan sebagai sekumpulan fakta atau data yang di organisasikan dengan cara tertentu yang memiliki arti bagi penerimanya (Sutarman, 2012: 14). Menurut Hasugian (2009: 5), informasi adalah sebuah konsep yang universal dalam jumlah muatan yang besar, meliputi banyak hal dalam ruang lingkupnya masing-masing dan terekam pada sejumlah media.

Menurut KBBI (2016), konten merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sehingga, informasi pada konten video di YouTube dapat diartikan sebagai informasi yang tersedia melalui media elektronik, yaitu YouTube. Penelitian ini akan meneliti informasi yang terkandung dalam konten video yang dipublikasikan pada kanal YouTube Kok Bisa?.

Konten informasi pada kanal YouTube Kok Bisa? dievaluasi berdasarkan strategi mengevaluasi informasi berbasis web menurut Tate (2010), yaitu *Authority* (pencipta dokumen), *Accuracy* (ketepatan), *Objectivity* (objektivitas), *Currency* (kemutakhiran), dan *Coverage And Intended Audience* (kedalaman topik dan target informasi).

